

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
ФРАНКО-УКРАЇНСЬКА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА  
ПЛАТФОРМА «ЗА УКРАЇНУ»  
УНІВЕРСИТЕТ ПАРИЖ ПАНТЕОН-СОРБОННА  
ВАРШАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
ПАН'ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У БРАТИСЛАВІ



# У ПОШУКУ НОВИХ СЕНСІВ ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ. ПОВОЄННИЙ ДІАЛОГ КУЛЬТУР

МАТЕРІАЛИ  
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
(м. Київ, 16 – 17 ТРАВНЯ 2024 РОКУ)

## SEARCHING FOR THE NEW MEANINGS OF THE POLY CULTURAL WORLD. POST-WAR DIALOGUE OF CULTURES

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE  
(Ukraine, Kyiv, 2024 May 16–17)

УДК 304.42

У11

**Редакційна колегія:**

**Копієвська О. Р.**, доктор культурології, професор, заслужений працівник освіти України;

**Добровольська В. В.**, в.о. завідувачка кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ, професор;

**Хімич Я. О.**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ;

**Шевченко Н. О.**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ;

**Дячук В. П.**, доктор філософії, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ, заслужений працівник культури України;

**Бугайова О. І.**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ.

**Синхронний переклад:**

*Земляна Олександра Володимирівна.*

У11

**У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур** : матеріали Міжнародної наукової конференції (Київ, 16–17 травня 2024 р.) / упоряд. В. П. Дячук. Київ : НАКККіМ, 2024. 613 с.

Збірник містить матеріали Міжнародної наукової конференції «У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур», проведеної Національною академією керівних кадрів культури і мистецтв (Україна) у співпраці з українськими державними установами й зарубіжними культурно-освітніми й науковими закладами.

УДК 304.42

*Автори статей відповідають за правдивість викладеного матеріалу, достовірність цитування джерел і посилань на них. Думки авторів можуть не збігатися з позицією редколегії. Тези подаються в авторській редакції.*

© НАКККіМ, 2024

© Дячук В. П., автор ідеї та організатор, 2024

## ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

**Марченко Валерій Віталійович**, в.о. ректора Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор філософії, професор.

**Мельничук Оксана Вікторівна**, PhD політична філософія, соціологія влади. Міжнародний експерт-консультант з питань публічної політики, двосторонніх відносин Україна-Франція, ініціатор та співзасновниця платформи стратегічних комунікацій Unis pour l'Ukraine (Париж), політичний оглядач на телеканалах TFI/LCI та ряду українських телевізійних каналів.

**Дячук Валентина Павлівна**, доктор філософії, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Stanislav Benčíč**, Professor PhDr, The Pan-European University (PEVŠ), Bratislava, Slovakia.

**Добровольська Вікторія Василівна**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, в.о. завідувача кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Копієвська Ольга Рафаїлівна**, доктор культурології, професор, професор кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Хіміч Ярослава Олегівна**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Святненко Анна Василівна**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Рева Тетяна Сергіївна**, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри культурології та міжкультурних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Родінова Наталія Леонідівна**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Торконяк Наталія Ігорівна**, голова наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих учених НАКККіМ.

## ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

*Марченко Валерій Віталійович*, в.о. ректора Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор філософії, професор.

**Вітальне слово учасникам конференції.**

*Куц Наталя Валеріївна*, в.о. директора Інституту практичної культурології та артменеджменту Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Вітальне слово.**

*Зеленська Лариса Михайлівна*, завідувачка відділу аспірантури та докторантури Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор філософії, професор.

**Вітальне слово.**

*Дячук Валентина Павлівна*, доктор філософії, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

**Вступне слово і запрошення до виступів.**

*Мельничук Оксана Вікторівна*, докторська школа Паризької академії, лабораторія політичних змін та соціальних трансформацій Паризького університету Paris 7 Дені Дідро, Unis pour l'Ukraine (Париж), об'єднана платформа стратегічних комунікацій для України під час війни, ініціатор та співзасновниця.

**Геополітичний вимір культурного діалогу.**

*Christine Dugoin-Clément*, Paris 1 Panthéon la Sorbonne, Professeur affilié.

**Appréhension de la désinformation en France.**

*Просандєєва Людмила Євгенівна*, хабілітований доктор психології, професор MANS (Варшавська академія соціальних наук).

**Можливості арттерапії у посттравматичному середовищі.**

*Belgrand Jade*, Clerc de commissaire priseur, Maison de vente aux enchères Aguttès.

**Diplômée du Master Marché de l'art de l'art de l'École du Louvre.**

*Кундеревич Олена Вікторівна*, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та педагогіки Київського національного університету культури і мистецтв.

**Соціокультурний феномен неправди.**

***Кудлай В'ячеслав Олегович***, кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувач кафедри інформаційної діяльності Маріупольського державного університету.

**Інформаційно-комунікаційна стратегія протидії екзистенційним загрозам повоєнного полікультурного світу в контексті реінтеграції маріупольської громади.**

***Білушак Тетяна Миколаївна***, кандидат історичних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка».

**Використання доповненої та віртуальної реальності як інструменту візуалізації історичних подій.**

***Вовк Наталія Степанівна***, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету «Львівська політехніка».

**Використання соціальних медіа бібліотеками європейських університетів: дослідження потреб цільової аудиторії.**

***Тур Оксана Миколаївна***, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського.

***Шабуніна Вікторія Валентинівна***, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна.

**Як змінювався індекс медіаграмотності українців протягом 2020-2023 років.**

# ПЛЕНАРНІ ВИСТУПИ

*Мельничук Оксана*

*докторська школа Паризької академії,  
лабораторія політичних змін та соціальних трансформацій  
Паризького університету Paris 7 Дені Дідро,  
Unis pour l'Ukraine (Париж), об'єднана платформа  
стратегічних комунікацій для України під час війни,  
ініціатор та співзасновниця*

## Геополітичний вимір культурного діалогу

### 1. Сучасна геополітика та місце України

Перш за все ми маємо усвідомлювати, що культурний діалог - це постійний процес, який потребує зусиль з боку всіх учасників. Тому важливо бути відкритими, поважати різні точки зору та бути готовими вчитися один в одного. Наша свобода закінчується там, де починається свобода іншого. Ми маємо уникати позиції глобусу України. Усвідомлення, що ми є частиною великого безмежного світу забезпечить нас від проявів зверхності та відчуття власної неперевершеності.

Світ переживає період значних геополітичних зрушень, що робить значний вплив на Україну. Але й Україна робить значний вплив на ці зрушення. На відміну від попередніх періодів історії, героїчний опір російській агресії всього українського народу здобув суб'єктність Україні в турбулентності сучасної геополітики. Україна сьогодні здобула собі право впливати, а подекуди і спрямовувати політичні рішення з урахуванням власних інтересів.

До війни ми часто могли почути вислів «культура поза політику». Так думали ті, хто не звик до думки, що культура – це і є політика, саме культура формує політику та політиків. Стаючи суб'єктом геополітики, Україна долучається до формування не тільки своїх політиків, але й змінює міжнародних лідерів, формує не тільки свою політику, але й впливає на політичний порядок денний впливових міжнародних організацій.

### **Ключові риси сучасної геополітики:**

**Зростання багатополярності:** Світ відходить від біполярного світу, де домінували США та Росія, до більш багатополярного, де влада поки що розподілена між кількома центрами сили, такими як США, Китай, Росія та Європейський Союз. Але сьогодні нові гравці з Африки, Латинської Америки та Тихоокеанського регіону змінюють стан речей. Це призводить до посилення конкуренції та напруженості між всіма гравцями.

**Геополітичний колапс:** Росія прагне домінування на геополітичній мапі світу, оголошуючи ворогами не тільки США, але й увесь ко-

лективний Захід. Вторгнення в Україну в 2022 році стало серйозною загрозою не тільки для європейської безпеки, що призвело до нового протистояння між Заходом і Росією, але й розпочало велику війну цивілізацій, де культура стала зброєю масового ураження. Тому діалог культур почався вже, він проходить в умовах війни на винищення, тож порозуміння між союзниками України є життєвою необхідністю для перемоги в цьому трагічному протистоянні.

**Підйом Китаю:** Китай швидко зростає як економічна та військова сила, кидаючи виклик гегемонії США та Росії. Це призводить до посилення конкуренції в таких сферах, як технології, торгівля та геополітика.

**Зміна клімату:** Зміна клімату стає все більш важливою геополітичною проблемою, оскільки вона призводить до екстремальних погодних явищ, підвищення рівня моря та інших проблем. Це призводить до нестабільності та конфліктів у багатьох частинах світу.

**Місце України:** Україна розташована на стику цих геополітичних зрушень, що робить її ключовим гравцем у новому світовому порядку. Її майбутнє буде залежати від того, як вона зможе впоратися з цими викликами та можливостями.

### **Потенційні ролі України:**

– **Буферна зона:** Традиційно Захід вбачав Україну як буферну зону між НАТО та Росією, але сама Україна відкидає такий підхід, маючи намір приєднатися до НАТО.

– **Міст між Сходом і Заходом:** Україна може слугувати мостом між Сходом і Заходом, сприяючи торгівлі та співпраці між Європою та Азією. І ось в цій ролі культурний діалог набирає особливої ваги.

– **Лідер у зелених технологіях:** Україна має потенціал стати лідером у зелених технологіях, завдяки своїм багатим ресурсам та кваліфікованій робочій силі.

**Європейська інтеграція:** Україна прагне до інтеграції з Європейським Союзом, що допоможе їй модернізувати свою економіку та зміцнити демократію. Але питання, яке нам часто ставлять на Заході: а що Україна принесе Євросоюзу? Тут так само повоєнний діалог культур стає ключовим на порядку денному української політики, бо йдеться про формування майбутнього світу.

### **2. Вплив України та її сучасне позиціонування**

Україна, розташована на перехресті Європи та Азії, протягом століть відіграючи важливу роль у світовій історії. Але перебуваючи в тіні російської імперії, цю роль у світовій геополітиці традиційно відводили Росії.

#### **Історичний вплив України:**

– **Київська Русь:** Україна була центром Київської Русі, відіграючи ключову роль у стримуванні кочуючих племен зі сходу та північних вікінгів, що дозволило Візантійській імперії протриматися на відміну від Риму аж до середини 15 століття.

– **Гетьманщина:** У 17-18 століттях Україна була козацькою державою відомою як Гетьманщина, яка користувалася значною автономією від Російської імперії. Козаки відіграли важливу роль у захисті Європи від османської експансії та стали символом української свободи та самовизначення.

– **Українська революція:** після розпаду Російської імперії революція 1917-1921 рр. зазнала невдачі, але вона продемонструвала стійкість українського прагнення до самовизначення.

– **Радянська Україна:** У 1922 році Україна стала частиною Радянського Союзу. Радянська влада придушувала українську культуру та мову, але український народ зберіг свою ідентичність і продовжував прагнути до незалежності.

– **Помаранчева революція та Революція Гідності:** У 2004 та 2014 роках Україна пережила дві революції, які призвели до повалення авторитарних режимів і просування демократичних цінностей. Ці революції продемонстрували прагнення українського народу до свободи та європейської інтеграції.

### **Сучасне позиціонування України:**

Україна опинилася в центрі цивілізаційного протистояння між світом демократії та деспотичними режимами. Війна ведеться як на зовнішньому так і на внутрішньому фронтах. Крім зовнішніх сил, в середині Україна бореться з корупцією та олігархічним впливом. Щоб забезпечити стале зростання та процвітання Україна має провести економічні та політичні реформи. Але ні економічні, ні політичні реформи не мають змісту без внутрішнього культурного діалогу та формування нового соціального договору між суспільством та державою.

### **Важелі впливу, які може застосовувати Україна:**

#### **1. М'яка сила:**

– **Культурний вплив:** Україна має багату та самобутню культуру, коріння якої має багато спільного з європейськими культурами, тож відновлення своїх глибинних зв'язків на рівні архетипів зміцнить європейську інтеграцію України.

– **Освітні програми:** Україна може пропонувати стипендії та інші програми для іноземних студентів, щоб навчатися в українських університетах. Це може допомогти створити проукраїнські мережі та сприяти обміну знаннями та ідеями.

– **Публічна дипломатія:** Україна може використовувати ЗМІ та інші канали зв'язку, щоб інформувати про свою культуру, цінності та перспективи. Це може допомогти розвіяти дезінформацію та сприяти кращому розумінню України у світі, щоби освіжити та модернізувати старі Європейські інституції.

#### **2. Економічний вплив:**

– **Торгівля:** Україна має значні запаси природних ресурсів та кваліфіковану робочу силу. Вона може використовувати ці активи для



розширення торгівлі з іншими країнами та посилення своїх економічних зв'язків з ними.

– **Інвестиції:** Україна може заохочувати іноземні інвестиції в свою економіку, пропонуючи податкові пільги та інші стимули. Це може допомогти створити робочі місця, стимулювати економічне зростання та модернізувати українську інфраструктуру.

– **Транзит:** Україна розташована на важливих маршрутах транзиту енергоресурсів з Росії та Центральної Азії до Європи. Вона може використовувати своє географічне розташування, щоб укласти вигідні угоди про транзит та диверсифікувати свої джерела енергії.

### **3. Сила:**

– **Оборона:** Україна має сильну армію, яку вона може використовувати для захисту свого суверенітету та територіальної цілісності. Це також може стримувати агресію з боку інших держав.

– **Кібербезпека:** Україна може використовувати свої кібернетичні можливості для захисту своїх критичних інфраструктур від кібератак. Вона також може співпрацювати з іншими країнами для боротьби з кіберзлочинністю та кібертероризмом.

### **4. Інші важелі впливу:**

– **Діаспора:** Україна має велику та активну діаспору по всьому світу. Вона може мобілізувати свою діаспору для підтримки своїх інтересів та просування своїх цілей на міжнародній арені.

– **Соціальні мережі:** Україна може використовувати соціальні мережі для спілкування з людьми у всьому світі та мобілізації підтримки своїх справ.

– **Спорт:** Україна може використовувати успіхи своїх спортсменів на міжнародних змаганнях, щоб підвищити свій імідж та просувати свої цінності.

### **3. Дієві механізми культурного діалогу в сучасному геополітичному контексті**

У сучасному геополітичному контексті, де зростає напруженість та розкол, культурний діалог стає все більш важливим як інструмент для розуміння, співпраці та врегулювання конфліктів. Дієві механізми культурного діалогу:

#### **1. Від серця до серця:**

– **Програми обміну:** для розуміння різних культур та подоланню стереотипів.

– **Міжнародні фестивалі та заходи:** для зближення та налагодження зв'язків.

– **Волонтерство:** зробити позитивний вплив на життя інших людей.

#### **2. Освіта та обізнаність:**

– **Викладання про різні культури:** для розуміння світу навколо нас.

– **Медіа та комунікації:** для розуміння між різними групами людей.

– **Інформаційні кампанії:** для розвіяння дезінформації.

### **3. Мистецтво та культура:**

– **Мистецькі проекти:** для сприяння творчості, співпраці та взаєморозумінню.

– **Культурний обмін:** Обмін культурними продуктами (музика, фільми та книги)

– **Музеї та культурні центри:** платформи для діалогу та обміну знаннями.

### **4. Міжрелігійний діалог:**

– **Міжрелігійні зустрічі та діалоги:** для розбудови довіри та розуміння.

– **Спільні проекти:** люди різних релігій для роботи над спільними цілями.

– **Освіта про релігію:** для цінування різноманіття та поваги до віри інших людей.

### **5. Технології:**

– **Соціальні мережі:** для спілкування та обміном ідеями.

– **Онлайн-платформи:** для створення віртуальних просторів для діалогу.

– **Освітні технології:** для інтерактивних та захоплюючих способів навчання.

*Christine Dugoin-Clément*

*Paris 1 Panthéon la Sorbonne, Professeur affilié*

## **Appréhension de la désinformation en France**

La désinformation est un sujet ancien mais l'avènement des technologies de l'information et de la communication (TIC) et la montée des tensions géopolitiques et géoéconomiques lui a permis de prendre une ampleur jusqu'alors inconnue. Ainsi, la guerre entamée dans le Donbass en 2014 a été l'occasion d'un déferlement de désinformation faisant dire à des publications de l'OTAN que la Russie utilisait ce territoire comme un laboratoire à ciel ouvert pour les opérations informationnelles [1]. Aujourd'hui alors que Facebook fête ses 20 ans, et Twitter devenu «X» ses 18 ans, la Russie, qui a soutenu la guerre dans le Donbass depuis 2014, a entamé une invasion ouverte et massive de l'Ukraine en février 2022. Ces deux mouvements du Kremlin se sont accompagnés d'un déferlement d'opérations informationnelles qui ont provoqué une prise en compte de cet enjeu spécifique et protéiforme auprès des occidentaux qui ont à leur tour décliné des doctrines spécifiques.

Pour autant, ces derniers ont mis en place des approches et doctrines offensives et défensives, alors que la nature de la désinformation ne cesse de s'adapter au contexte et aux technologies disponibles.

Cela le sera d'autant plus lorsque des opérations sont menées en plusieurs temps, notamment en procédant à un ancrage par l'entremise de contenus apparemment anodins mais qui faciliteront l'adhésion à des contenus ciblés diffusés dans un second temps. Cet article abordera ces trois axes.

### **Approche défensive et offensive**

Si l'attaque contre l'Estonie en 2007 [2] avait été un réveil quant à l'usage fait des moyens cyber, la guerre dans le Donbass a marqué un tournant dans le monde militaire quant à l'usage fait de la désinformation souvent associée à la lutte dans le domaine cyber. Dans le prolongement, l'affaire Cambridge Analytica [3,4] et les tentatives d'interférence dans les élections présidentielles américaines, ont été un marqueur pour l'opinion publique. Ces interférences étaient suivies d'autres actions opérées lors de différents processus démocratiques, comme les élections présidentielles françaises ou le Brexit [5, 6]. C'est dans ce cadre que le ministère des Armées déclinait une politique ministérielle de lutte informatique défensive (LID) articulée autour du Comcyber, qui était suivie d'une doctrine de lutte informatique offensive (LIO) en 2019 [7]. Pour autant, le volet informationnel nécessitait d'être traité plus spécifiquement, ce qui donna lieu à la présentation fin 2021 de la Lutte informatique d'influence (L2I) qui s'inscrivait dans le réveil de la guerre cognitive [8]. Enfin, en fin d'année 2022, la France procédait à une édition anticipée d'une nouvelle mouture de sa Revue Nationale Stratégique qui érigeait l'influence au niveau de priorité stratégique [9]. La L2I se définit comme « les opérations militaires conduites dans la couche informationnelle du cyberspace pour détecter, caractériser et contrer les attaques, appuyer la StratCom, renseigner ou faire de la déception, de façon autonome ou en combinaison avec d'autres opérations » [10] et s'impose un cadre éthique strict et dans le respect des droits nationaux et internationaux, notamment dans le respect de la Charte des Nations Unies et le principe de non-ingérence. Pour autant, ce texte, qui autorise les actions offensives, nécessite, notamment dans son volet défensif, de développer des partenariats solides, que cela soit au travers d'engagements internationaux avec des structures étatiques ou supra-étatiques comme l'Union Européenne (UE ou l'OTAN), ou avec des secteurs civils. En effet, Internet aura permis d'outrepasser les frontières physiques dans la diffusion d'informations, diffusion ayant atteint une vitesse jusqu'alors inconnue. Aussi, optimiser la détection des contenus malveillants, les caractériser et les contrer suppose d'avoir une capacité de coordination rapide d'actions transverses. Ces dernières devront mobiliser le tissu entrepreneurial (particulièrement les entreprises spécialisées dans le numérique et le tissu social tout autant que les secteurs diplomatiques institutionnels voire militaires.

## **Opérations informationnelles et adaptation au contexte technologique**

On a pu le constater, les opérations d'influences touchent toutes les strates de la société et s'adaptent en fonction des supports utilisés. En France, on a pu observer différentes actions qui ont touché le grand public en modernisant des méthodes connues de longues dates dans les mesures actives soviétiques [11], notamment par la création de doubles de journaux officiels afin d'utiliser le capital confiance des lecteurs habituels pour le détourner sur des propos servant un dessein géopolitique. Ainsi l'opération Doppelganger [12, 13] a usurpé une cinquantaine d'apparence de journaux de grande audience pour diffuser des messages dénigrant l'Ukraine auprès des soutiens européens. L'action est allée jusqu'à falsifier la page du site du ministère des affaires étrangères française. On pourra également citer des actions qui visent à prendre à rebours les points de forces des démocraties en retournant contre les nations la liberté d'expression utilisée pour diffuser de fausses informations, ou encore, au travers de l'opération Matriochka [14], des actions visant à saturer les centres de «fact checking» en leur demandant de travailler sur de fausses informations. Cette saturation permet d'affaiblir la capacité de vérification. En outre, en cas de refus de la structure, les créateurs du faux profils (beaucoup ont été dénombrés) pourront utiliser ce rejet de la sollicitation pour alimenter des discours complotistes. Enfin, baptisé Portal Kombat, une structure de quelques 193 sites se répondant les uns les autres pour augmenter la viralité d'un contenu a pu être mise au jour [15] par VIGINUM, le service de l'État chargé de la vigilance et de la protection contre les ingérences numériques étrangères. Pour autant, d'autres actions ont pu être mises au jour qui visaient un public particulièrement jeune en utilisant des plateformes récentes, connues pour diffuser des contenus à visée d'amusement.

### **Quand l'amusement fait ancrage**

Dès le début du mois de mars 2022, il a été observé une démultiplication de diffusion de contenus pro-invasion poussés par des canaux russes et visant notamment la zone Afrique et Moyen-Orient [16]. Si les états membres de l'UE et leurs opinions publiques ont majoritairement réagi en soutenant l'Ukraine et en condamnant l'invasion opérée par la Russie, avec une rapidité qui a probablement surpris Moscou, le Kremlin avait opéré une diffusion de contenus changeant des habituels révisionnismes historiques [17] visant à opérer un ancrage dans l'esprit des internautes. En effet, le réseau TikTok est majoritairement fréquenté par de jeunes utilisateurs : plus de 36% sont estimés avoir entre 18 et 24 ans<sup>1</sup>, et 32% entre 25 et 34 ans. Connue pour pouvoir aisément diffuser des

---

<sup>1</sup> <https://www.oberlo.com/statistics/tiktok-age-demographics#:~:text=Two%2Dthirds%20of%20TikTok%20users,increases%20within%20each%20age%20bracket.>

contenus mensongers, comme cela a été montré par Newsguard qui annonçait un risque de rencontrer un contenu mensonger relatif à l'Ukraine après 40 minutes d'utilisation en moyenne [18], la plateforme a aussi permis de réaliser des ancrages mémoriels.

En effet, outre la diffusion de contenus mettant en avant les hauts faits de la société militaire privée Wagner [19] dans les deux mois qui ont précédé l'invasion, on a pu observer une augmentation d'un type de contenus ludiques, se prévalant comme tels et ne pouvant dès lors pas être taxés de désinformation qui montrait des russes dans des situations ubuesques et cocasses, où la force physique de ces derniers était mise en avant. Ce type de contenus aura participé à diffuser l'idée de la force et aura pu être réactivée lors de phases de dissuasion où la Russie menaçait des conséquences de l'emploi de sa puissance militaire, en droite ligne avec la Heavy Metal Diplomacy déclinée par Mark Galeotti [20]. Enfin, les plateformes récentes comme TikTok, bien que rappelées à l'ordre par plusieurs autorités, restent un lieu de diffusion de contenus qui, sous couvert d'être ludiques, peuvent largement participer à diffuser des contenus trompeurs ou à effectuer un ancrage pouvant ensuite être réactivé lors d'une opération informationnelle.

Au-delà des plateformes, une nouvelle évolution technologique est à prendre en compte. En effet, le développement de l'IA, notamment des GANs [21] permet la création de DeepFakes [22, 23] ou de contenus synthétiques hautement réalistes pouvant participer à flouter les frontières entre réalité et mythe. L'IA peut également être utilisée pour générer des sites internet complets qui seront majoritairement non fiables appelés des «UAINS» (pour «Unreliable AI-generated News Sites» en anglais). À ce titre, 614 UAINS générés par l'IA, surnommés, couvrant 15 langues parmi lesquelles l'arabe, le chinois, le tchèque, le néerlandais, l'anglais, le français, l'allemand, l'indonésien, l'italien, le coréen, le portugais, l'espagnol, le tagalog, le thaï et le turc afin d'assurer une diffusion et une couverture la plus large possible [24].

Ainsi les potentiels ouverts par le développement des IA sont aujourd'hui à prendre en compte dans les opérations de désinformation autant dans leur diffusion sur les plateformes, que dans la création même de sites ou de narratifs soutenus par des IA génératives. L'augmentation de la capacité de calculs, la profusion de données et l'abaissement du coût d'accès à ces technologies en fait un acteur de plus en plus utilisé pour industrialiser la création de contenus dédiés à des opérations informationnelles. En effet, si dans les 6 premiers mois de la guerre, cette technologie fut peu utilisée ou de manière artisanale comme par exemple le DeepFake relatif au président Zelensky de facture médiocre, on note aujourd'hui une explosion de leur nombre et de leur qualité pouvant parfois être relayés par erreur par des sites d'information de grande écoute comme cela a été récemment observé, même si rapidement repéré, permettant un démenti de la part de la chaîne

d'information. Cette évolution des TIC est donc à prendre en compte que ce soit en matière de doctrine militaire ou de résistance et de résilience des sociétés civiles. Enfin, un dernier point est à prendre en considération, il s'agit de la possibilité que les contenus produits massivement à l'aide d'IA n'engendrent un auto-trolling des systèmes. En effet, les IA se nourrissant des contenus trouvables sur Internet, plus ce dernier se remplira de contenu inauthentique, plus les IA auront tendance à les intégrer dans leur base de données, s'intoxiquant elles-mêmes, et les internautes avec.

### Bibliographie

1. Giles, K. (2016). «Handbook of Russian information warfare.»
2. Kempf, O. (2012). «Cyberstratégie à la française.» *Revue internationale et stratégique* 87(3): 121-129.
3. ur Rehman, I. (2019). «Facebook-Cambridge Analytica data harvesting: What you need to know.» *Library Philosophy and Practice*: 1-11.
4. Berghel, H. (2018). «Malice domestic: The Cambridge analytica dystopia.» *Computer* 51(05): 84-89.
5. Del Vicario, M., et al. (2016). «The anatomy of Brexit debate on Facebook.» *arXiv preprint arXiv:1610.06809*.
6. Ferrara, E. (2017). «Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election.» *arXiv preprint arXiv:1707.00086*.
7. de Montanon, P. (2020). «Cyberspace: la guerre a commencé.» *Revue Défense Nationale*(4): 25-31.
8. Claverie, B. and J.-F. Trinquocoste (2024). «Guerre cognitive et influence psychologique.» *Ingénierie cognitive* 7(1): 47-56.
9. Dugoin-Clément, C. (2023). «Entre la RNS 2022 et la Lutte informatique d'influence: quelle articulation de la stratégie?» *Revue Défense Nationale*(1): 44-48.
10. Armées, M. d. (2021). *Lutte informatique d'influence (L2I)*.
11. Abrams, S. (2016). «Beyond propaganda: Soviet active measures in Putin's Russia.» *Connections* 15(1): 5-31.
12. Dugoin-Clément, C. (2023). «Opération Doppelgänger : quand la désinformation russe vise la France et d'autres pays européens.» *The conversation*.
13. FURSAI, O. (2024). «РОСІЙСЬКА ДЕЗІНФОРМАЦІЙНА КАМΠΑНІЯ «DOPPELGÄNGER» ЯК НОВІТНІЙ ВИКЛИК ІНФОРМАЦІЙНИЙ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВ ЗАХОДУ.» *Філософія та політологія в контексті сучасної культури* 16(Спецвипуск): 84-92.
14. AFP (2023). ««Матриochka», la nouvelle campagne de désinformation anti-ukrainienne à destination des médias occidentaux.» *L'Express*.
15. SGDSN (2024). *ortal Komбат : suite des investigations sur le réseau structuré et coordonné de propagande prorusse*.
16. Miller, C., et al. (2022). *Beam: Defending Information C. T. a. t. I. f. S. D. Beam*.
17. Fridrichová, K. (2023). «Mugged by reality: Russia's strategic narratives and the war in Ukraine.» *Defense & Security Analysis* 39(3): 281-295.
18. Cadier, A., et al. (2022). *La guerre sur TikTok : l'app expose ses utilisateurs à de la désinformation sur la guerre en quelques minutes – même s'ils ne cherchent pas de contenus liés à l'Ukraine*. NewsGuard.
19. Maitland, E. and M. Roache (2022). *Un milliard de vues : des vidéos TikTok célèbrent le groupe de mercenaires russe Wagner, malgré les règles de la plateforme*. NewsGuard.
20. Galeotti, M. (2016). *Heavy Metal Diplomacy: Russia's Political Use of its Military in Europe since 2014*. European Council of Foreign Relation. E. C. o. F. Relation.
21. Pan, Z., et al. (2019). «Recent progress on generative adversarial networks (GANs): A survey.» *Ieee Access* 7: 36322-36333.
22. Dugoin-Clément, C. (2022). *DeepFakes: quelle immunité des forces de l'ordre?(work in progress)*. Conférence de l'AIM.
23. Busacca, A. and M. A. Monaca (2023). *Deepfake: Creation, Purpose, Risks, Innovations and Economic and Social Changes due to Artificial Intelligence: The State of the Art*, Springer: 55-68.
24. Sadeghi, M., et al. (2024). *Suivi de la mésinformation facilitée par l'IA : 794 «sites d'actualité non fiables générés par l'IA» et les principales infox générées par les outils d'IA*. NewsGuard.

## **La Préservation du Patrimoine Culturel en Temps de Conflits Armés**

Depuis la seconde moitié du XXe siècle et les deux conflits mondiaux, les États ont adopté de nombreux instruments dans le but de prévenir et de réparer les dommages causés par la destruction et le pillage des biens culturels pendant les conflits armés et en temps de paix. Ainsi, le 14 mai 1954, la Convention de La Haye pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé est adoptée, première convention internationale visant à protéger le patrimoine culturel en temps de guerre. Elle ouvre alors la voie à de nombreux autres textes de loi, aussi bien internationaux que nationaux, visant à protéger le patrimoine culturel en temps de guerre et montrant ainsi que cette préoccupation est de plus en plus prégnante. Ainsi, avec les conflits du XXIe siècle, cette problématique de préservation du patrimoine culturel revêt une importance majeure, comme c'est notamment le cas en Ukraine depuis l'invasion russe ayant débuté en février 2022. En effet, le patrimoine culturel est une cible de choix sur le champ de bataille, notamment du fait de sa portée symbolique, mais aussi car une part des œuvres et artefacts pillés qui sont revendus sur le marché international sert à contribuer au financement du conflit. Cet article tentera d'exposer brièvement quelles sont les différentes mesures mises en place pour la préservation du patrimoine culturel, aussi bien immobilier que mobilier, en temps de guerre, ainsi que les solutions préventives qui sont appliquées. Avant cela, nous traiterons en d'un point essentiel à la protection du patrimoine culturel en temps de conflits armés : la reconnaissance internationale de l'existence dudit patrimoine culturel et de sa mise en danger.

### **La mise en lumière du patrimoine culturel: exister pour être protégé**

Pour pouvoir être préservé, le patrimoine culturel doit être reconnu par d'autres que ceux revendiquant sa protection. Étudions le cas particulier du patrimoine culturel ukrainien.

L'art ukrainien est, depuis toujours, globalement assimilé sans distinction à l'art russe. Cela est notamment la conséquence d'une indépendance relativement jeune vis-à-vis de l'URSS et d'une volonté particulièrement marquée de cette dernière d'étouffer l'identité nationale ukrainienne. Si cette méconnaissance reste moins marquée dans les pays limitrophes de l'Ukraine tels que la Pologne, en France l'art ukrainien n'existe pour ainsi dire pas en tant que tel, à l'exception de l'art contemporain de Kyiv qui commence à se faire une place sur la scène

artistique internationale. Ainsi, on ne trouve en France quasiment aucun écrit sur l'art ukrainien, et très peu d'artistes sont identifiés comme ukrainiens dans les musées, et pour ainsi dire aucun dans les salles de ventes aux enchères. Cependant, avec la récente invasion de l'Ukraine par la Russie et la couverture médiatique qui en a découlé, une prise de conscience s'opère et les choses tendent à changer. Ainsi, l'identité de certains artistes jusqu'alors considérés comme russes est aujourd'hui remise en question dans le monde entier. Par exemple, le Metropolitan Museum of Art de New York (Met) a récemment rebaptisé « ukrainiens » des artistes peintres du XIXe siècle qui étaient jusqu'alors présentés comme russes par le musée, tels qu'Ilya Répine (1844-1930) ou encore Arkhip Kouïndji (1841-1910). De façon analogue, le Met et la National Gallery de Londres ont renommé Danseuses ukrainiennes l'un des pastels du peintre français Degas, connu jusqu'alors sous le nom de Danseuses russes. Le musée a justifié sa décision par la présence de couronnes aux couleurs nationales ukrainiennes, les amenant à penser que ces danseuses étaient ukrainiennes et non russes. Il est à noter que ces basculements de nationalité de certains artistes jusqu'alors considérés comme russes sont parfois abusifs et inexacts. Par exemple, certains musées indiquent désormais que le peintre Ivan Aivazovsky (1817-1900), jusqu'ici considéré comme russe, est ukrainien. Or, il est d'origine arménienne.

Cette volonté d'exposer aux yeux du monde entier le patrimoine ukrainien comme indépendant du patrimoine culturel et artistique russe n'est pas sans rappeler les aspirations nationalistes du XIXe siècle, qui a vu de nombreuses nations gagner leur indépendance de façon progressive. Cela est notamment le fruit de la mise en exergue d'un patrimoine culturel national unique, par le biais, par exemple, des pavillons nationaux des Expositions Universelles<sup>1</sup>. Ainsi, montrer au monde entier l'existence d'un patrimoine culturel justifie la nécessité de sa protection, en vertu des différents textes internationaux – que nous aborderons par la suite – pour la préservation du patrimoine culturel en temps de conflits armés. Cela permet également de demander et de recevoir divers financements afin de protéger ou encore restaurer ce patrimoine.

### **Protéger le patrimoine culturel**

Le conflit en cours en Ukraine nous rappelle que le pillage et la destruction d'œuvres d'art et d'antiquités ne se limitent en aucun cas au passé. Les campagnes militaires et les conflits conduisent invariablement à de nouveaux problèmes juridiques. Au-delà de la portée symbolique et

---

<sup>1</sup> Demeulenaere-Douyère C. et Hilaire-Pérez L. (dir.), *Les expositions universelles. Les identités au défi de la modernité*, Presses universitaires de Rennes, Collection Carnot, 2014.



identitaire de certaines destructions et pillages, il s'agit également d'un commerce lucratif qui alimente une économie souterraine importante. Aussi, il n'est pas rare de voir se multiplier au sein du marché de l'art international «les trafics d'antiquités pillées sur les théâtres de guerre»<sup>1</sup>. Les guerres voient ainsi souvent l'apparition de nouvelles œuvres d'art sur le marché. Malheureusement, la plupart d'entre elles sont le fruit de pillages, spoliations et expropriations. En effet, les conflits armés, qu'ils soient internationaux ou internes, font peser de multiples menaces sur le patrimoine culturel, et le pillage des œuvres d'art est l'une d'entre elles. Le pillage d'œuvres d'art, d'objets archéologiques et d'autres biens culturels peut être un acte criminel opportuniste ou un cas plus organisé de pillage illégal par les troupes adverses dans le cadre d'un conflit. L'expression « art pillé » reflète un parti pris, et la question de savoir si un objet d'art particulier a été pris légalement ou illégalement fait souvent l'objet de lois contradictoires et d'interprétations subjectives de la part des gouvernements et des populations. Dans le cadre d'un conflit armé, ce que l'on nomme « pillage d'œuvres d'art » peut comprendre le vol d'œuvres d'art (le vol d'objets de valeur, principalement pour des raisons commerciales) aussi bien que les antiquités illicites (antiquités ou objets d'intérêt archéologique faisant l'objet d'un commerce clandestin, trouvés lors de fouilles illégales ou non réglementées).

Les conventions internationales portant sur la protection du patrimoine culturel en temps de conflits armés sont la clé de voûte des solutions pour la préservation de celui-ci. Ainsi, la Convention de La Haye, signée le 14 mai 1954 sous l'égide de l'UNESCO, établit donc une obligation de respecter les biens culturels en interdisant le vol, le pillage ou le détournement d'œuvres d'art et d'autres biens culturels publics ou privés pendant un conflit armé. Notons que la Convention prévoit que ces limitations ne sauraient être levées, même pour des raisons de nécessité militaire. Les divers protocoles annexés à la convention (en 1999 et 2004) viennent compléter ces dispositions, en interdisant notamment le commerce et l'exportation de biens culturels provenant d'une zone de conflit. D'autres textes, tels que la Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicites des biens culturels de l'UNESCO (1970) ou encore les dispositions de la Charte des Nation Unies adoptées après l'invasion du Koweït par l'Irak (2003), viennent renforcer ces principes de préservation. Notons enfin que, parmi les diverses solutions apportées aux pillages et trafics en temps de guerre, des solutions peuvent être apportées a posteriori.

---

<sup>1</sup> Henri Paul (Président du Conseil des ventes volontaires, Président de chambre honoraire à la Cour des comptes, Avocat à la Cour), « Opinion : Un marché de l'art à reconstruire », *Les Echos*, 17/08/2022. <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/opinion-un-marche-de-lart-a-reconstruire-1782242>

Outre le vol et le pillage, un des enjeux majeurs de la préservation du patrimoine culturel en temps de guerre est celui de son patrimoine immobilier. En effet, détruire des symboles historiques, culturels ou religieux est pour l'occupant une façon de détruire l'espoir de la population occupée, mais aussi de la priver de ses lieux de refuge, de sécurité. Le patrimoine immobilier s'avère encore davantage difficile à préserver que le patrimoine mobilier, en ce qu'on ne peut pas le déplacer pour le protéger de la menace, et qu'il est une des cibles premières des tirs ennemis. Ainsi, si l'on a pu voir au début de l'invasion russe en Ukraine circuler divers clichés montrant des sacs de sable devant certains monuments historiques, la vérité est qu'aujourd'hui un nombre écrasant de ces édifices a été détruit, ou tout du moins sévèrement endommagé, comme le montrent de nombreuses images dans la presse. L'enjeu sera ici celui de la reconstruction, de la restauration de ce patrimoine immobilier, une fois le conflit terminé. Or, en temps de reconstruction après un conflit, la priorité est au recouvrement d'infrastructures pour la vie (habitations, hôpitaux, écoles, etc), et pas à la restauration des églises et autres musées. Ainsi, si des enveloppes internationales seront allouées pour reconstituer ce patrimoine immobilier après la guerre, il est à gager que cela sera insuffisant.

### **Les solutions préventives**

Il existe cependant, depuis quelques années, des solutions préventives visant à protéger le patrimoine culturel en temps de conflits armés.

Ainsi, l'Union Européenne a notamment adopté un plan d'action pour lutter contre le trafic de biens culturels et les délits connexes tels que la fraude, le recel, la contrebande et la corruption. Ce plan prévoit la mise en place d'un système électronique centralisé, qui devrait être opérationnel d'ici juin 2025, sur la base du règlement de l'UE sur les importations de 2019, qui interdit l'importation de biens culturels illégalement exportés depuis des pays tiers. Le système reliera les douanes, les autorités culturelles et les bases de données. De plus, dans le cadre du Fonds d'urgence pour le patrimoine (HEF), s'organisent des sessions de formation sur la protection et la sauvegarde du patrimoine culturel en temps de paix et de conflit organisée par le Ministère des Arts et de la Culture, le Ministère de la Défense, l'UNESCO et des académies militaires. L'objectif de ces formations est alors de familiariser les officiers et les futurs cadres de l'armée aux questions de préservation du patrimoine culturel en temps de conflit, qui sont d'une grande importance. Et ce type d'initiative n'est pas rare, la formation des forces armées constituant un réel cheval de bataille dans la lutte pour la préservation du patrimoine culturel.

Ensuite, parmi les actions préventives de l'UNESCO, l'on peut citer la numérisation des inventaires des musées, monuments, institutions culturelles et sites archéologiques des pays en guerre – puis, à terme, de

tous les pays membres – afin de pouvoir identifier les œuvres qui disparaissent. Jusqu'ici, la plupart des inventaires des établissements culturels des pays en guerre étaient généralement rédigés sur papier. L'idée ici sera à terme de pouvoir identifier des œuvres et artefacts pillés dans les pays en guerre dès lors qu'ils se retrouveraient en circulation, au sein du marché de l'art par exemple. En effet, la récente invasion russe en Ukraine a montré que sans un recensement exhaustif des collections, institutionnelles et privées, il était impossible de déterminer avec précision ce qui a été volé ou détruit, et donc d'estimer la perte subie. Outre une facilitation de l'identification des œuvres pillées et de leur recherche pour les pays concernés, cela pourrait permettre aux professionnels du marché de l'art une meilleure vigilance quant aux objets qu'ils pourraient accepter de vendre. Les autorités pourraient également bénéficier de ces mesures, en ce que cela faciliterait leur travail de restitution de ces œuvres à leurs propriétaires, et devrait ainsi les profits liés au trafic qui, nous l'avons vu, financent parfois l'effort de guerre.

Du fait de l'invasion russe depuis février 2022, l'Ukraine est l'un des pays visés par ce type de mesures de l'UNESCO. En effet, les forces armées russes ont emporté avec elles, selon l'ONG Human Rights Watch, « des peintures, de l'or, de l'argent, des anciens artefacts grecs, des icônes religieuses et des documents historiques », dans des villes telles que Kherson, Melitopol, et de nombreuses autres. La Russie semble, qui plus est, complètement exclue de ces réglementations internationales et européennes concernant la circulation et la restitution des biens pillés. Aussi, bien qu'il existe dans ce pays des lois concernant la protection des biens culturels, il reste possible de les vendre à l'intérieur du pays, ces lois visant plutôt à protéger le patrimoine russe. Se pose ensuite le problème de la traçabilité des pièces : comment attester que ces œuvres ont été volées en Ukraine ? Comment prouver qu'elles sont sorties d'Ukraine au cours du conflit ? C'est là qu'entrent en jeu les différentes actions préventives mises en place, notamment par l'UNESCO. En effet, à l'avenir, une meilleure documentation des œuvres pillées aidera à les retrouver plus facilement, et cela passe par des inventaires exhaustifs et rigoureux des collections et réserves des musées et autres établissements culturels.

Ainsi, pour pouvoir préserver le patrimoine culturel d'un État, il faut d'abord que celui-ci existe aux yeux du monde. En effet, la reconnaissance d'un patrimoine artistique et culturel national permet d'obtenir de l'aide pour le protéger ou le reconstruire. Sans ce travail de reconnaissance du patrimoine culturel, il n'est pas possible d'appliquer les différents textes internationaux visant à le protéger ou à le reconstruire, ni de réprimander ceux qui y contreviendraient.

Cependant, malgré l'existence de ces textes demeure un problème persistant qui est que les règles internationales ne sont toujours pas appliquées de manière uniforme par les États - y compris certains États

européens – et qu'elles devraient être mises en œuvre efficacement et rapidement au niveau national par le biais de mesures législatives et administratives appropriées. En effet, en l'absence de lois nationales rendant les principes internationaux applicables dans le système national de chaque État, la valeur de ces principes reste théorique.

Les solutions préventives, qu'il s'agisse de formations de professionnels des armées et du patrimoine, le recensement systématique du patrimoine d'un État ou encore l'adoption de certaines lois visant à la restitution des biens spoliés, sont probablement, à ce jour, les solutions les plus efficaces ; les textes internationaux étant difficile à appliquer et à contrôler dans le chaos des conflits. Dans le cas de la guerre en Ukraine, il n'est d'ailleurs pas interdit de penser que des lois portant sur la restitution systématique des œuvres pillées sur le territoire pourront être envisagées. Cela étant, c'est un processus qui peut être extrêmement long, nécessitant parfois plusieurs décennies et qui, inévitablement, dépendra en grande partie de l'issue du conflit.

### Bibliographie

1. Conseil de l'Union européenne, *Impact de l'invasion de l'Ukraine par la Russie sur les marchés : réaction de l'UE* <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/eu-response-ukraine-invasion/impact-of-russia-s-invasion-of-ukraine-on-the-markets-eu-response/>
2. *Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicites des biens culturels de l'UNESCO*, 1970
3. *Convention de La Haye pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé*, 1954
4. *Convention du Conseil de l'Europe sur les infractions visant des biens culturels*, 2017
5. DEMEULENAERE-DOUYÈRE C. et HILAIRE-PÉREZ L. (dir.), *Les expositions universelles. Les identités au défi de la modernité*, Presses universitaires de Rennes, Collection Carnot, 2014.
6. FELICIANO Héctor, *Le musée disparu : Enquête sur le pillage d'œuvres d'art en France par les nazis*, Gallimard, 1995.
7. HENRI Paul (Président du Conseil des ventes volontaires, Président de chambre honoraire à la Cour des comptes, Avocat à la Cour), « Opinion : Un marché de l'art à reconstruire », *Les Echos*, 17/08/2022.
8. HERZBERG Nathaniel, *Le musée invisible. Les chefs-d'œuvre volés*, Éditions du Toucan, 2010.
9. « *L'Art en guerre* », catalogue de l'exposition du musée d'Art moderne de la Ville de Paris, 2012-2013.
10. JENKINS Brian Michael, « Consequences of the War in Ukraine : The Economic Fallout », *The Rand Blog*, 07/03/2023.
11. LOPES FABRIS Alice, *La notion de crime contre la patrimoine culturel en droit international*, Institut Francophone pour la Justice et la Démocratie, Collection des Thèses, 2022.
12. MANDRAUD Isabelle, « La culture, l'autre champ de bataille de la guerre en Ukraine », *Le Monde*, 12/05/2023.
13. MCANDREW Clare, Dr, *The Art market 2023. A report by Art Basel & UBS*, Suisse, 2023.
14. MÜLLER Melissa, TATZKOW Monika et MASUROVSKI Marc J, *Œuvres volées, destins brisés*, Beaux-Arts éditions, 2013.
15. MYDANS Seth, « Raiders of Lost Art Loot Temples in Cambodia », *New York Times*, 01/04/1999, p. 4.
16. POLACK Emmanuelle, *Le Marché de l'art sous l'Occupation. 1940-1944*, Paris, Éditions Tallandier, 2019.
17. PYSKO Yaryna, « Ukrainian Art as Protest and Resilience : An Introduction », Navonic Institute, 2023.

*Дячук Валентина Павлівна  
кандидат культурології, доцент, НАКККіМ*

## **Культура як сумативний стан суспільства**

*Історія вкотре доводить, що культура ідеально підходить для політичної пропаганди, особливо при тоталітарному режимі.*

*(Славенка Дракуліч)*

Життя людини пов'язане, передусім, з повсякденністю, до складу якої належать об'єктивні та суб'єктивні складові, а відтак – життєві прояви людини – суб'єкта певної культури. Усе це регулюється, з одного боку, нормами та традиціями, існуючими в суспільстві, а з іншого – особистісним досвідом, умовами життя, ціннісними орієнтирами індивіда. Шкала цінностей формується родиною, а шкільна програма доповнює літературними шедеврами «великої класики», творами Ф. Достоєвського, І. Тургенєва що художньо фіксували буденність, характери, події своєї Батьківщини вплетеними в традиції фаталізму.

Як «Преступление и наказание», де злочин може бути виправданим, а злочинець безкарним. Про велич «русской культуры» у 21 столітті може судити Україна і весь цивілізований світ об'єднаний певною шкалою людських цінностей. Злочини армії РФ у Бородянці, Бучі, Ірпені, Маріуполі 2023 року, формує суспільний зріз культурного пласту російського суспільного культурного середовища.

Колись у шкільні роки читаючи повість І. Тургенєва «Муму» в моїй свідомості ніяк не піддавався розумінню факт, чому глухонімих Герасим, за наказом своєї істеричної барині, пішов топити єдину істоту яка його любила, свого собачку? А потім повернувся в свою комірчину, зібрав речі і пішов геть... Чому ж не пішов із собакою, втікаючи від старої, примхливої барині?

Сьогодні ми розуміємо, ослухатися барині він не міг, психологія раба назавжди вкорінена в російському народонаселенні, яке так точно зображено сучасниками. Повість була написана у 1852 році, дослідники творчості пишуть що вона базується на реальних фактах дворянського дому Тургенєвих.

Латинське слово «культура» означає оброблення ґрунту, його культивування, тобто зміна у природному об'єкті під впливом зусиль людини, її цілеспрямованої діяльності, що якісно відрізняється від змін, викликаних природними причинами. У первісному змісті терміну культура уже виражена її важлива особливість – людське начало, єдність людини, діяльності культури. Така особливість культури пізніше розвивається у різних філософських школах. На думку соціолога Макса Вебера, культура – сукупність духовних символів, що не підпорядковані ніякій утилітарній меті. За Жаком Маритеном, основою цінного

в культурі є релігія. Французький етнолог-структураліст Клод Леві-Стросс вважає основним надбанням культури мову, систему знаків, комунікацію, що можна перекласти і зрозуміти. На думку інших, культура є інтелектуальним аспектом штучного середовища, що створюється людиною в процесі її життєдіяльності (Анрі Моль та ін.).

Культура – це сфера становлення, розвитку, соціалізації людини. Сфера олюднення природи, гуманізації соціуму і соціалізації особистості – це якісна характеристика створюваної людиною дійсності, що представляє предметну сферу культури, оскільки дозволяє побачити у ній міру власного людського розвитку, за якою визначається довжина пройденого суспільством історичного шляху. Поділ культури на матеріальну і духовну, одна з яких є продуктом матеріального, а друга – духовного виробництва, здається очевидним.

Існує думка, що суспільство є тією інстанцією, яка визначає міру відповідності між потребами індивідів та типами діяльності, що лише суспільство робить значущими ті чи інші види діяльності. У реальності ж така ситуація складається за умов існування взаємної гармонії між індивідом та суспільством, в іншому випадку дозвіллева діяльність, протиставляючи себе державі та суспільству, перетворюється в сферу реалізації виключно індивідуальних потреб. Взаємозв'язок буття людини, її світовідношення та творчої діяльності цікавив філософів та теоретиків ще з античності (Сократ, Платон, Арістотель, Августин, Фома Аквінський, Д. Юм, І. Кант, Г. В. Ф. Гегель, Ф. Шеллінг, О. Шпенглер, Г.-Г. Гадамер).[1]

Людська життєдіяльність є перебуванням у повсякденні, яке включає в себе об'єктивні та суб'єктивні складові. Об'єктивна складова пов'язана з конструюванням відносин людини або певної спільноти людей, за допомогою не тільки предметно-практичного освоєння світу, а й ціннісно-сміслового ставлення до належного та значимого. У цьому випадку життєві прояви людини, – суб'єкта певної культури – регулюються певними нормами, приписами, традиціями, існуючими в суспільстві. Суб'єктивна ж складова, з урахуванням його особистого досвіду, умов життя, пропонує індивіду існуючі в суспільстві норми, традиції, прийняття ним тих чи інших цінностей. З цієї точки зору культурна картина світу розуміється як «життєвий світ» людини.

Слід зазначити, що інтерес до осмислення «життєвого світу» людини виникає наприкінці XIX ст. та триває досі. В українській гуманістиці проблемі «життєвого світу» людини присвячена фундаментальна праця А. Залужної «Життєвий світ людини як смисловий універсум культури: морально-естетичні виміри» (2012). [2]

Гібридна війна яку Росія веде проти України, включає в себе не лише військові дії, але й інформаційну та культурну боротьбу. Через культурні носії, такі як література, кіно, музика, люди отримують певні уявлення про світ і ставляться до подій навколо себе. Російська

культура, яка пропагує ідеї імперіалізму, російської величі та превосходства над іншими народами, сприяє зомбуванню російського суспільства та підтримці агресивної політики свого уряду. Українські письменники та культурні діячі, намагаються протистояти цьому впливу, розкриваючи сутність гібридної війни.

Пропаганда активно використовує культурні міфи та наративи для формування свідомості російського народу. При чому зі студентських аудиторій абсолютно свідомо студентам московського університету ім. Ломоносова такі діячі екс-голова роскосмосу, сенатор рф Дмитро Рогозін розповідає про «ремесло» психологічної війни і студенти викладають у соцмережі ці палкі промови про підтримку війни проти України. І промивання мізків потрапило на благодатний ґрунт фаталістично сформованого соціуму. Бо ті хто здатний був мислити критично, залишили цю країну.

Наприклад, у нацистській Німеччині пропагандистське кіно Геббельса агітувало за ідеї расової чистоти та націоналістичних уявлень. У радянському союзі мистецтво було піддане контролю комуністичної партії, а його функція полягала у просуванні комуністичних ідеалів та культури що слугують інструментом політичної пропаганди в умовах тоталітарного режиму.

Історичні контексти російських письменників важко недооцінювати. Вони як глашатаї свого народу, послуговуючись своїм досвідом і відчуттями, справедливо описували суб'єкт.

*«Наиважнейшею приметою удачи русского народа есть его садистская жестокость», – Максим Горький. «Русский есть наибольший и наинаглейший лун во всем свете», – Иван Тургенев. «Народ, который блуждает по Европе и ищет, что можно разрушить, уничтожит только ради развлечения», – Федір Достоєвський. «Русские – народ, который ненавидит волю, обожествляет рабство, любит оковы на своих руках и ногах, любит своих кровавых деспотов, не чувствует никакой красоты, грязный физически и морально, столетиями живёт в темноте, мракобесии, и пальцем не пошевелит к чему-то человеческому, но готовый всегда неволить, угнетать всех и вся, весь мир. Это не народ, а историческое проклятие человечества», – Иван Шмелёв.*

Який зв'язок між культурою та демократією? На ці й інші запитання так відповів керівник дослідницького центру «Мистецтво в суспільстві» Університету Гронінгена (Нідерланди) Паскаль Гілен в своїй книзі «Культура в підмурках громадянського суспільства» (IST Publishing, 2018).[7]

Завдання культури – визначати смисли: саме вона задає, що ми вважатимемо цінним і як дивитимемося на світ. Визначення смислів також передбачає практику. Культура – це не колекція предметів, її формують людські дії. Культуру утримують за життя повторами, адаптацією, актуалізацією, інтерпретацією та критикою, забезпечуючи їй невпинний

розвиток. Первинне завдання культури – соціалізація: вона дає змогу індивідам інтегруватися до певного соціального, політичного й економічного ладу. Культура навчає, як поводитися й існувати у певному суспільстві, й так надає смислів життю його представників. Саме тому вона сприяє соціальній інтеграції й єдності. Хай ні в кого не лишиться жодних сумнівів: не сім'я, а культура – підвалини суспільства. Демократія також спирається на спільний простір культури. Демократія – це не лише політична система, де раз на скількись років потрібно підрахувати голоси, що оприявнюється хоч би й у незграбних спробах Заходу «принести» демократію в країни, де нема питомої демократичної традиції. Демократія передбачає можливість і здатність громадян набувати знання (а отже, незалежні ЗМІ), рефлексувати свої цінності, виробляти розбіжні погляди на них, обговорювати та дебатовати.

Саме в царині культури ми продумуємо, що для нас важливе, і стикаємося з поглядами інших людей. У 21 столітті покоління народжених в тоталітарних країнах, чітко усвідомили що будь-який відхід від гуманістичних загальнолюдських пріоритетів деформує обличчя суспільства, спрямовує його розвиток в анти цивілізаційне русло, тому саме Україна сьогодні знаходиться на вістрі цієї боротьби.

#### Список використаних джерел

1. Андрущенко В. П., Михальченко М. І. Сучасна соціальна філософія. – К, 1996.
2. <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/7988/1/4.pdf>
3. Бытие человека в культуре: (опыт онтол. подхода), Быстрицкий Е. К. [и др.], Київ: Наук. думка, 1991, 176 с.
4. Вальденфельс Б., Топографія чужого: студії до феноменології чужого, пер. з нім. В. І. Кебуладзе, Київ: ППС-2002, 2004, 206 с.
5. Гуссерль Е., Криза європейського людства і філософія: Сучасна зарубіжна філософія. Течії і напрями: хрестоматія, упоряд. В. В. Лях, В. С. Пазенок, Київ, 1996, С. 62–94.
6. Шинкарук В., Человек и мир человека, Київ: Наук. думка, 1977, 344 с.
7. <ps://www.culturepartnership.eu/ua/article/pascal-gielen>

***Lyudmila Prosandeeva***

*Dr Habil (Psychological sciences)*

*Professor of cultural studies*

*Professor of the Warsaw Academy of Social Sciences*

### **Possibilities of art therapy in post-traumatic growth**

**Abstract:** in the review article, the author substantiates the relevance of the researched problem. The meaning and features of art therapy in post-traumatic growth are revealed. The educational problems faced by the participants of the educational process are analyzed. Special attention is paid to the study of psychological health and psychological well-being of students and teachers. It was concluded that the effectiveness of solving the problems of overcoming the psychological consequences of post-traumatic



syndrome necessitates the development of a system model that would integrate experts from various different fields.

**Key words:** art therapy, post-traumatic stress disorder, psychological health, psychological correction, training, interpersonal communication.

This topic is extremely relevant, since the war has become a serious test for Ukrainian society and for all humanity. Global changes are taking place both at the level of the psyche of an individual and at the macro-social level. All this requires new means of learning, changes in interpersonal relationships and the rules of life for humanity as a whole.

Excessive mental stress, the negative influence of the mass media, the growth of deviant forms of behavior, stigmatization are the main factors in the deterioration of psychological health. The loss of a sense of confidence and stability during the quarantine led to the formation of a number of fears that significantly affect the psychological and mental health of students and teachers. During this difficult period, other crises also intensified, and first of all, it is a crisis of morality, a crisis of tolerance, and harmonious interaction between participants in the educational process. Therefore, the optimization of the education system is one of the urgent problems of modern society, and the search for ways and means of such optimization is a rather urgent scientific problem.

To date, post-traumatic stress disorder is one of the most common mental disorders that occurs as a result of the experience of a traumatic event [1, 2]. Trauma survivors can experience a variety of effects, such as anxiety, depression, and other PTSD symptoms. To prevent these consequences, it is important to develop stress resistance and psychological resilience in the victims.

In this context, it is worth considering the concepts of stress resistance and resilience. Stress resistance is a person's ability to effectively resist stressful situations and prevent the development of negative consequences for his mental health. Resilience is a person's ability to recover from a traumatic experience and grow even after it. One of the results of the development of stress resistance and resilience is post-traumatic growth. This concept describes the process by which a person, as a result of a traumatic experience, becomes stronger, acquires new skills and reviews his life from a new perspective. Post-traumatic growth can be a key factor in overcoming the consequences, and the latter are inevitably reflected in increasing the stress on the function of various body systems.

Art therapy is increasingly used in the treatment of various psychological problems, in particular, post-traumatic stress disorder and is a method of psychotherapy that uses art as a means of promoting a person's physical and mental health. Also, the results of its application prove that it is a way to increase stress resistance, resilience and post-traumatic growth. It is a form of therapeutic process in which a work of art is used to promote the physical and emotional well-being of a patient. Art therapy can include

drawing, sculpting, and other artistic processes that help express feelings and emotions. Bibliotherapy, music and color therapy are also noted for their positive influence.

The purpose of the article is to analyze the possibilities of art therapy in post-traumatic growth, to investigate the features of strengthening the psychological health of participants in the educational process, based on modern research. Among the urgent problems of academic education, it is possible to single out the problem of teaching students, among whom there is such a category as students of higher education with post-traumatic stress disorder. Such students need special support from family and social workers. Difficulties also arose for foreign students who were in the conflict area or directly took part in the hostilities.

According to the scientific positions of scientists (Cooper A., 2019, etc.), who study the process of dynamic changes in modern education, the development of education is inextricably linked with the formation of psychological stability and resistance of a person in the process of his post-traumatic experiences. Negative emotions, increased aggression indicate the inability of a part of the population to objective self-analysis, self-correction, overcoming intrapersonal contradictions, which, in turn, can lead to distorted self-perception, destruction of the entire personal space of a person. Thus, according to the director general of the World Health Organization (WHO), T. A. Gebreisu, «infodemic» (a new term of modern world reality, which means the spread of an excessive amount of misinformation, incitement and intimidation) seriously complicates a person's self-perception of himself and others. All these social changes are primarily a challenge for psychologists, which can be successfully overcome due to the fact that self-awareness will become the main strategy of human behavior. How to take care of your mental health, and how to help students and teachers to be stress-resistant in these crisis conditions?

The ability to self-respect and mutual understanding, the formation of collective social consciousness, empathy and altruism are necessary «new rules of life» for humanity. Today, psychology is aimed at the development of a person's personality in order for the self-transcendence of the «I», «going beyond the limits of the possible», based on empathy and understanding of oneself and others, to take place in the extraordinary conditions of the pandemic. This presents psychologists with new tasks of psychological prevention and crisis counseling.

Therefore, psychological practice, first of all, aims to prepare a person for a healthy interaction with the information space. In the complex conditions of today, it is important to optimize the instrumental skills of identifying reliable sources, recognizing fakes, checking facts, understanding the logic of messages and contexts, recognizing and eliminating psychological manipulations, and stimulating flexible thinking in general. At the same time, it is necessary to help students and teachers find a large number of advantages

in the new information world: communication in Zoom, online conferences, online re-profiling - all this is a reflexive mega-resource aimed at the self-transcendence of a person's «I», going beyond the limits of the possible, «raising» oneself, which means preserving and strengthening your psychological well-being and health. MANS actively supported the World Health Organization's idea of strengthening human psychological health and overcoming post-traumatic symptoms. So, for two years in a row, the Social and Psychological Center has been operating here, where all interested students have the opportunity to undergo individual online consultations by psychologists. In the process of such corrective work, psychologists help a person to preserve the inner well-being of the individual; help to verbalize as much as possible the events taking place in social life, convince that these phenomena are unusual, but nothing bad will happen to her.

The Center's consultants conducted a study to determine the level of students' emotional state. According to the results of the survey, it is the engagement in educational and work activities that affects the reduction of anxiety and the improvement of the emotional state of students. The majority of respondents testified to an improvement in their mental state after the art therapy trainings «Psychology of health», «Tips for keeping calm», «Ways to optimize social isolation». If at the beginning of psychological correction, students had significant negative emotions, a feeling of isolation from others, violations of life plans, depressive moods due to the inability to change circumstances, acute reactions to traumatic events, uncertainty and uncertainty about the future, while at the end of individual and group trainings there were significant positive changes and restoration of their harmonious emotional state. Thus, in order to accelerate the process of personal recovery through the habitation of positive emotions, the students organized a theater of emotions as a tool of psychological rehabilitation, and successfully developed and implemented the first scenarios of corrective work. Preventive measures were implemented in educational activities, included thematic discussions, trainings, optimization of the educational process in individual subjects in the direction of activation of mechanisms of self-reflection and self-realization.

In general, in an extremely short period of time, the management and teachers of the university managed to transform many years of experience in the educational process, putting a lot of creativity, ingenuity and efficiency. Undoubtedly, this whole process was «accompanied» by emotional tension, stress, sometimes even despair. However, the most important thing is that during the period of the forced lockdown, all participants of the educational process acquired a number of new competencies. Therefore, as a result of art therapy, the level of stress resistance, creativity, and quick adaptation to new conditions increased among teachers and students. New interesting psychological tools for successful interaction in the «teacher-student» interaction system were also obtained. First of all, both teachers and

students share an opinion regarding the re-awareness of the significance and value of art therapy communication. MANS University is a «meeting place», and studying in it is a «vital phase of the team» during which important friendships are established between students and a multi-vector social network is built. In general, self-awareness, self-education, active self-realization, creative work, intellectually rich life contributed to the strengthening of psychological health.

Thus, post-traumatic growth is a process in which a person changes after a traumatic experience and develops new positive characteristics and values. This process can be mediated by art therapy, which involves using art to express emotions and feelings. Art therapy is an effective tool in working with people with post-traumatic stress disorder, as it allows them to express their feelings and emotions in a safe environment. The positive impact of art therapy on mental health consists in reducing the level of stress and anxiety, improving self-esteem and a sense of self-determination, increasing self-awareness and cognitive abilities, developing creativity and emotional expression, and restoring psychological balance. In order to successfully solve urgent problems and strengthen the psychological health of a growing individual, it is necessary to develop a flexible model that would integrate experts from various different fields: psychologists, teachers, artists, journalists, public figures into Internet platforms for the implementation of specific measures in educational environment and building effective psychological and pedagogical strategies for overcoming post-traumatic syndrome as a whole. In such a model, it is necessary to envisage the possibility of combining traditional interaction between participants in the educational process with online developments for the distance form of higher education. Common for all European countries

***Кундеревич Олена Вікторівна***

*кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри філософії і педагогіки*

*Київського національного університету культури і мистецтв*

*[l.kunderevich@gmail.com](mailto:l.kunderevich@gmail.com)*

*[orcid.org/0000-0001-7248-5033](https://orcid.org/0000-0001-7248-5033)*

## **Соціокультурний феномен неправди**

В особистому і колективному житті неправда була і залишається настільки суттєвим фактором, що без її урахування та аналізу навряд чи можна скласти ґрунтовне уявлення про закономірності як соціальних, так і особистісних психологічних процесів та моральних переживань. Без перебільшення можна стверджувати, що проблема взаємовідносин правди і неправди – одна з центральних в людському житті.

Правда вимагає етичного максималізму, оскільки вона є однією з найвищих цінностей, що символізує ідеальні, чесні міжособистісні та соціальні відносини. Проте визначити її для себе і слідувати за нею непросто, оскільки під правдою часто маскується обман або бажання прийняти бажане за дійсне.

Розширення сфер та форм неправди потребує глибокого вивчення. Поняття «ментіологія» (вчення про неправду), запропоноване німецьким соціологом П.Штігніцем, свідчить про необхідність системного підходу до цього явища. Проблема неправди вивчалася багатьма філософами минулого, такими як І.Кант, Ф.Ніцше, А.Шопенгауер, О.Ліпман, Ж.Дюпра, а також сучасними дослідниками, які зробили свій внесок у розуміння цієї проблеми, а саме: С.Бок, А.Кілліла, М.Ремсі, Л.Паскерелла, П.Екман. Аналізуючи історію філософсько-культурних тлумачень феномену неправди, можна виділити певні методологічні підходи, які узагальнюють принципові позиції щодо її розуміння.

Перший підхід, відомий як «метафізична концепція» (починаючи від Сократа і І.Канта до сучасної гуманістичної соціології М. Шелера) – неправда й обман розглядаються як принципове порушення фундаментальних основ світобудови.

Другий підхід, відомий як «інструментальна концепція» (представлений софістами, ієзуїтами, Макіавеллі, Мілем, Бентамом, Гобсом та іншими), базується на функціональній методології. Він розглядає неправду і обман як амбівалентні явища, які можуть мати як руйнівні, так і творчі властивості в залежності від контексту використання.

Історичні події XVIII століття поклали початок вимог до «правди в політиці». Ідеал «розумного монарха» втратив актуальність ще до початку французької революції, а сама революція зробила цей ідеал предметом інтересу лише для істориків. Проте революція не змогла зняти намір підкорити державну владу моралі. Навпаки, цей намір був підкріплений переконанням, що виникло у свідомості народних мас. Переконання про те, що саме їхня воля є єдиним виправданням будь-якої політичної влади. З цього випливає вимога контролювати, чи справді влада дотримується моралі.

Це може пояснити парадокс, що виник у європейській культурі XIX століття: повне відокремлення економіки від політики та моралі. Наприклад, Луї Дюмон вважав, що це стало наслідком поширення ідеї індивідуалізму[1]. Розповсюдження персоналістичних ідей підсилило бажання людей бути суб'єктами кожної сфери людської діяльності, а також відображало їхній страх перед маніпулюванням. Розвиток ідеї автономії особистості і вимоги до правди в політиці мають великий вплив на сучасне розуміння цих понять.

Істина і правда, будь то в політиці, особистому чи суспільному житті існують не самі по собі, а в діях – для отримання нових знань і їх використання, для підтвердження певної світоглядної позиції, яка від-

повідас цим знанням. В історії філософії існує традиція, де правда розглядається як поняття, що базується на вірі, традиції, авторитеті та почутті. Це є важливим та принциповим моментом для усвідомлення протилежних до цих аспектів феноменів, що суперечать позиціям щирості, прозорості, простоти.

Сучасні зміни в свідомості людей XXI століття не змінюють основи моральних проблем неправди в суспільному та особистому житті. Скоріше, політик, оцінюючи себе спочатку як людину, а вже потім як функціонера, повертає увагу до цієї проблематики, яка мала вагу вже у часи, коли Макіавеллі писав твір «Державець». Якщо суспільні оцінки стосуються рішень людей, а не тільки бюрократичних механізмів, то етик може розглядати неправду в політиці як особливий випадок, який вимагає відповідальності за неправду, незалежно від обставин.

Після отримання економічної незалежності, можливо, настає час для повного відокремлення політики від моралі. Але чи є це потребою сучасного суспільного життя? Намагання підкорити політику моралі може виглядати консервативно, оскільки це може позбавити політику результативності. Це може пояснити, чому М.Вебер утримався від будь-яких моральних обмежень для політиків. Він розумів, що вихід морального неспокою не може нав'язувати особисті риси для сфери, де приймаються рішення лише на підставі прагматичних висновків. Але якщо ми робимо моральні винятки для політиків, то це може підривати саме поняття морального закону, його загальність та необхідність для всіх. І, таким чином, це може змінювати саме розуміння поняття права.

Один з основних аргументів проти використання неправди в міжособистісних стосунках полягає в тому, що вона має сильний руйнівний вплив. Неправда порушує довіру між людьми, оскільки коли люди обманюють один одного, то підривають основи всіх соціальних зв'язків. Саме через це Локк, разом з прихильниками теорії соціального договору, виступали проти використання неправди у політиці. Їхнім аргументом було не лише те, як негативно неправда впливає на відносини між владою і народом. Це був аргумент, який Фрідріх II висунув, а не Локк. Автор «Two Treatises of Government» говорив про те, як неправда впливає навіть на існування суспільства! Співпраця між людьми передбачає довіру, а неправда її знищує. Тому її поява загрожує навіть елементарним зв'язкам між людьми, оскільки вона руйнує основу, на якій ґрунтується соціальний договір.

Зростання індивідуалізму та унікальність особистості у взаємодії з іншими свідчать про те, що довіра є основою зв'язку між людьми. Однак докази того, що будь-яка неправда є злом через свої руйнівні наслідки для міжособистісних відносин, виявилися в історії не переконливими. Усвідомлення того, що треба бути обачним із довірою, щоб уникнути використання для особистої вигоди, змінює моральний статус неправди, яка стає засобом самозахисту.

Нові політичні принципи, які підтримують індивідуалізм, покладають акцент на особистість політика. У світі, в якому до політика ставиться конкретна вимога щодо довіри, проблема її збереження стає дуже важливою. Конфлікт між мораллю і політикою, напевно, можна вирішити за допомогою пропозиції Макса Вебера. Сам політик повинен зупинитися та визначати межу: «Досить, я далі не йду!» Багато людей бояться того, що політика вийде з-під контролю моралі, і це буде мати серйозні наслідки. Ніколи раніше політики не мали настільки потужних інструментів для знищення, і ніколи раніше апарат державної влади не був настільки багатограним та не володів такими засобами контролю, включаючи біологічні та електронні технології. Сучасні люди відчувають страх перед анонімними та безперервно зростаючими силами, і це є характерною рисою сучасного суспільства.

I. Кант спробував раціонально пояснити обов'язок через концепцію гідності людської особистості.

Згідно з Кантом, гідність є невід'ємною рисою кожної людської особистості, а потім вже і всього людства взагалі. Важливо не лише те, що філософи створили подібні доктрини, але і те, що ці ідеї стали доступними для простих людей. Однією з найбільш важливих подій у сфері соціальних відносин і моральності є зростання кількості людей, які прагнуть до прояву почуття власної гідності в сфері праці, самоврядування, державного життя. Саме тому осмислення поглядів I.Канта може сприяти зменшенню неправди у відносинах між людьми у майбутньому.

Неправда у політиці є специфічним видом неправди через те, що вона використовується для обману та маніпуляції інших осіб. У такому контексті неправда негативно впливає на гідність людини. Іноді це стає засобом зміни людей на «речі», оскільки через неї жертви політики стають зручними об'єктами для інтриг. Іноді через неправду політика відбирає у людей право на правду, яка може вплинути на їхнє життя. Це право на правду є складовою гідності. Віра у гідність людини є культурним фактом, що впливає на світогляд та ідеологію. З досвіду суспільств ХХ століття Ханна Арендт зробила висновок, що «користування неправдою як засобом політичної діяльності приводить того, хто говорить неправду, до повної байдужості щодо ідейної мети, якій він начебто слугує» [2].

Принцип гідності та відмова від неправди є цінностями, які не потребують спеціального обґрунтування і можуть бути сприйняті будь-якою людиною, незалежно від її ідеології або релігії, як це спостерігається в європейській культурі.

#### **Список використаних джерел**

1. Dumon L. Homo aequalis. Genese et epanouissement de l'ideologie economique. Gallimard, Paris. 1977.
2. Arendt H. Truth and Politics // Political Theory and Social Change. N 4, 1997.

**Білушак Тетяна Миколаївна**  
канд. історичних наук, доцент кафедри  
соціальних комунікацій та інформаційної діяльності  
Національного університету «Львівська політехніка»,  
tetiana.m.bilushchak@lpnu.ua  
<https://orcid.org/0000-0001-5308-1674>

## **Використання доповненої та віртуальної реальності як інструменту візуалізації історичних подій**

Сучасні технології доповненої та віртуальної реальності надають нам унікальні можливості вивчення та розуміння історичних подій. Ці технології перетворюють підходи до вивчення минулого, надаючи користувачам можливість перенестися в час і простір подій, відчуття їхню атмосферу та зануритися у деталі подій, як ніколи раніше.

Доповнена реальність (AR) і віртуальна реальність (VR) часто згадуються разом, але це абсолютно різні технології. AR накладає цифрові зображення та інформацію на реальний світ, покращуючи те, що ми бачимо навколо. Використання AR дозволяє користувачам взаємодіяти з реальним світом, збагачуючи його віртуальними об'єктами та інформацією, надаючи тим самим нові можливості для навчання, дослідження та розваг [1].

У світі вже існують приклади використання доповненої та віртуальної реальності для вивчення війни та історичних подій. Розглянемо деякі із них:

*Іллінойський музей та освітній центр Голокосту, Скові, США [2]:* Музей та освітній центр Голокосту є одним з провідних музеїв, присвячених вивченню та пам'яті про Голокост. Центр використовує різноманітні технології, включаючи віртуальну реальність, які допомагають відвідувачам краще зрозуміти історію Голокосту та особисті долі жертв.

*Музей Другої світової війни у Гданську, Польща [3]:* Цей музей використовує віртуальну реальність для створення інтерактивних виставок, які дозволяють відвідувачам пережити події Другої світової війни через віртуальний досвід.

*Меморіальний комплекс у Нью-Йорку, США [4]:* У цьому меморіальному комплексі використовується доповнена реальність для створення віртуальних турів та інтерактивних додатків, які допомагають відвідувачам зрозуміти історію 11 вересня та події, які сталися.

Ці приклади свідчать про потенціал доповненої та віртуальної реальності у вивченні війни та історичних подій, а також їх важливість у збереженні пам'яті та навчанні майбутніх поколінь.

Використання доповненої та віртуальної реальності може мати великий потенціал у вивченні війни в Україні та її наслідків. Розглянемо декілька можливих застосувань:



*Віртуальні екскурсії на місця бойових дій:* Це може включати в себе створення віртуальних турів на місця бойових дій, де користувачі можуть переглядати 360-градусні зображення та відеоматеріали, що дозволяють краще зрозуміти контекст подій та їх вплив на місцеве населення.

*Доповнена реальність для візуалізації історичних подій:* Шляхом використання доповненої реальності можна створювати інтерактивні додатки або інсталяції, які дозволяють користувачам долучати додаткову інформацію або візуалізації до історичних подій, таких як бої, облоги міст, евакуація та інші. *Віртуальні музеї та експозиції:* Створення віртуальних музеїв або експозицій, які присвячені війні в Україні, де можна переглядати фотографії, відеоролики, архівні документи та особисті свідчення, щоб краще зрозуміти історію та контекст подій.

*Освітні та дослідницькі програми:* Віртуальна реальність може бути використана для створення освітніх та дослідницьких програм, які дозволяють студентам та дослідникам вивчати історію війни в Україні через інтерактивні дослідницькі завдання, віртуальні екскурсії та інше.

Ці ініціативи можуть сприяти глибшому розумінню історії війни в Україні та її впливу на суспільство, а також допомагати зберегти пам'ять про події та жертви цих подій для майбутніх поколінь.

За час повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну уже реалізовано декілька українських AR/VR-проекти, а саме:

*Календар «Лютий рік» [5]* – проєкт розроблений до річниці початку повномасштабної війни. Його присвячено трагічним та переможним подіям 2022-го. Це – календар війни у доповненій реальності. У ньому відображено пам'ятні події минулого року, до яких було застосовано AR-технологію. Календар пам'яті покликаний допомогти усвідомити не лише трагічні події цього часу, а й міць українців.

*Віртуальна екскурсія Київською областю [6]* – компанія ADVIN організувала зйомку у форматі 360°. Віртуальна екскурсія Бородянку та Ірпенем це інноваційний проєкт, який дозволяє користувачам перенестися у реалістичну віртуальну реальність зруйнованих міст під час війни. Завдяки технології віртуальної реальності, відвідувачі можуть відчувати атмосферу та розглянути наслідки війни, спостерігаючи руйнування та руйнівні наслідки повномасштабного наступу росії в Україну.

*VR Музей війни «Війна впритул» [7]* – проєкт, який за допомогою кругових панорам у форматі 360°, відео з дронів та 3D-моделювання в деталях демонструє світовій спільноті, як виглядає геноцид української нації. Матеріали є наочними доказами злочинів росії, і в майбутньому вони допоможуть притягнути агресора до відповідальності.

В Україні технології доповненої та віртуальної реальності поступово стають не лише інноваційними інструментами для вивчення істо-

ричних подій, але й ефективними засобами привернення уваги до війни в Україні та підвищенню усвідомленості про наслідки війни, особливо серед тих, хто не пережив прямої атаки. Крім того, вони можуть використовуватися для відтворення історичних подій, щоб показати наступним поколінням, яким був реальний стан справ під час війни.

Кожний з вище наведених музеїв з доповненою або віртуальною реальності подають інформацію, тобто створюють відчуття присутності в момент події, яку висвітлює музей, бачення подання матеріалу експозиції подає в різні манері. Розглянемо цифрові технології на окремих прикладах, які висвітлюють історичні події (табл. 1).

*Таблиця 1. Огляд проєктів, що застосовують доповнену та віртуальну реальність, які висвітлюють історичні події*

Назва музею (проєкту)	Місто, країна	Цифрові технології
VR Музей війни «Війна впритул»	Київ, Україна	Кругові панорами у форматі 360°, 3D-моделювання. Для більш глибокого занурення й максимально реалістичних вражень демонструються кадри злочинів росіян за допомогою VR-окулярів та імерсивних виставок.
Віртуальна екскурсія Київською областю	Київ, Україна	Зйомка у форматі 360 градусів. За допомогою VR-окулярів можна вирушити на екскурсію у реалістичній віртуальній реальності, під час якої 5-річна дівчинка покаже свій зруйнований будинок, спустошений ракетами та снарядами район, дитячий садочок і гойдалку навпроти 9-поверхівки з дірою від обстрілу.
Іллінойський музей та освітній центр Голокосту	Скочі, США	Містить дві історії тих, хто пережив Голокост. Обидва досвіди віртуальної реальності занурюють відвідувачів у 360-градусні проєкції в натуральну величину, стежачи за Брентом і Фріцшаллом від дому їх дитинства до концентраційних таборів. Вони також можуть віртуально прогулятися сучасними таборами Аушвіц, Маутхаузен і Ебензеє в 3D-середовищі
Музей Другої світової війни	Гданськ, Польща	Проєкт, який поєднує технології VR і AR для цифрового відтворення історичних подій і місць. 3D-графіка

*Джерело: складено автором на основі [2;3;6;7]*

Оглянувши приклади використання доповненої та віртуальної реальності для вивчення історичних подій у світі та в Україні, можемо зробити висновок, що ці технології відкривають нові можливості для збереження та передачі пам'яті про минуле. Вони дозволяють створити інтерактивні та іммерсивні досвіди, які залучають та навчають аудиторію, роблячи історію доступною та захопливою для всіх. Крім того, використання цих технологій сприяє збереженню культурної спадщини та пам'яті про важливі історичні події, що є надзвичайно важливим для майбутніх поколінь. Таким чином, доповнена та віртуальна реальність відіграють ключову роль у вивченні та утриманні пам'яті про минуле, і їхнє використання в історичній освіті та дослідженнях має великий потенціал для подальшого розвитку та використання.

#### Список використаних джерел

1. Wojciechowski R., Walczak K., White M., Cellary W. Building Virtual and Augmented Reality museum exhibitions. Proceeding of the Ninth International Conference on 3D Web Technology, Web3D Monterey, California, USA, 2004, p. 135-144.
2. Illinois Holocaust Museum & Education Center: website URL: <https://www.ilholocaustmuseum.org/about/mission/> (дата звернення: 01.05.2024).
3. The VR zone in the museum of the second World War: website URL: <https://muzeum1939.pl/en/vr-zone-museum-second-world-war/1210.html> (дата звернення: 01.05.2024).
4. 9/11 Memorial & Museum: website URL: <https://911memorial.org/virtual-tour> (дата звернення: 01.05.2024).
5. Календар «Лютий рік»  
URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1dfi4x4JWUj8oC2vbFsVpzLFMBHqjXqW1?usp=sharing> (дата звернення: 01.05.2024).
6. Advin\_ukraine URL: [https://www.instagram.com/reel/CocU1ltovPw/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/CocU1ltovPw/?utm_source=ig_web_copy_link) (дата звернення: 01.05.2024).
7. VR Музей війни «Війна впритул»: веб-сайт. URL: <https://war.city/uk/> (дата звернення: 01.05.2024).

**Вовк Наталія Степанівна**

*кандидат історичних наук, доцент*

*доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності*

*Національного університету «Львівська політехніка»*

*Nataliia.S.Vovk@lpnu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0002-2470-7188>*

### **Використання соціальних медіа бібліотеками європейських університетів: дослідження потреб цільової аудиторії**

Соціальні медіа сьогодні є корисними інструментами для бібліотек у залученні аудиторії та популяризації їхніх послуг та ресурсів. Серед основних способів використання соціальних медіа бібліотеками сьогодні є такі: розміщення оновлень про послуги та заходи бібліотеки

(бібліотеки публікують інформацію про нові надходження в їх колекції, пропозиції послуг та інші оновлення, які можуть бути корисними для їхньої аудиторії); популяризація джерел інформації (бібліотеки публікують покликання на важливі джерела інформації, які можуть бути корисні для користувачів, такі як бази даних, журнали та інші матеріали); взаємодія з аудиторією (соціальні медіа дозволяють бібліотекам спілкуватися зі своєю аудиторією, відповідати на їх запитання та допомагати їм знайти необхідну інформацію); промоція заходів бібліотеки (бібліотеки використовують соціальні медіа для промоції своїх заходів, наприклад, лекції та інші події, що відбуваються в бібліотеці); поширення культурної спадщини (бібліотеки можуть використовувати соціальні медіа для популяризації культурної спадщини, яка зберігається в їхній колекції, наприклад, публікуючи фотографії артефактів або цікаві історії про них).

Тенденція дослідження бібліотечного маркетингу має тенденцію до зростання з кожним роком, при цьому найбільше цитувань пов'язано з маркетингом у соціальних мережах в бібліотеці. Сьогодні визначають десять типів постів у Facebook на основі відкритого кодування: майбутня подія, завершена минула подія, емоційно надихаючий допис, загальне оголошення, бібліотечний клуб, книги, автори або колекції, розповідь, новини спільноти, оновлення профілю / обкладинка, інше [1].

Досить активно маркетинг в соціальних мережах використовують сьогодні українські та зарубіжні університетські бібліотеки, перш за все, щоб залучити цільовий сегмент аудиторії – студентство. Проте, в більшості університетських бібліотек відсутня політика щодо використання соціальних медіа, і що, хоча бібліотекарі вважають соціальні медіа корисними, їм бракує компетентності та мотивації для використання соціальних медіа, щоб суттєво покращити надання послуг [2]. За результатами іншого дослідження 27 бібліотек (71,1%) використовували інструменти соціальних мереж; 5 (13,1%) були потенційними користувачами і 6 (15,8%) взагалі не планували їх використовувати. Facebook і Twitter були найбільш поширеними інструментами в університетських бібліотеках. Більшість працівників бібліотек позитивно оцінюють корисність інструментів соціальних мереж, але нерішучість працівників бібліотек та обмежена участь користувачів (тобто студентів) сприймаються як перешкоди [3].

Для визначення потреб використання соціальних медіа бібліотеками європейських університетів проведено опитування користувачів двох університетських бібліотек Польщі (Бібліотеки Університету Марії Кюрі-Складовської в Любліні та Університетської бібліотеки у Варшаві).

Перед проведенням самого анкетування здійснено аналіз сторінок цих бібліотек у соціальній мережі Facebook, результати якого свідчать, що більшою популярністю Університетська бібліотека у Варшаві, яка

налічує 23 000 підписників. Окрім того, сторінка саме цієї бібліотеки створена найшвидше та існує майже 15 років. Частота дописів на сторінці є оптимальною – 2-3 рази на тиждень (у будні дні).

За результатами опитування, більшість респондентів стверджує, що на сторінках бібліотек у соціальних мережах переважає пізнавальний та розважальний контент, в той час як освітнього – лише  $\frac{1}{4}$  від всього контенту і його бракує користувачам. За цими результатами можемо стверджувати: у разі збільшення освітнього контенту на сторінках у соціальних мережах, останні можуть стати більш затребуваним джерелом отримання інформації.

Важливим питанням для визначення рівня інформованості користувачів бібліотек через соціальні мережі було таке: «Які послуги, на вашу думку, можуть бути реалізовані через сторінку в соціальних мережах?», результати якого представлено на рис. 1.



Рис. 1. Попит на послуги бібліотек через соціальні мережі

Відповідно до рисунку найбільш затребуваною послугою є Організація книжкових виставок (онлайн). Така цифрова виставка як художньої, так і навчальної літератури може стати важливим кроком для адаптації до сучасних тенденцій і залучення нового покоління читачів, не лише академічної спільноти, а й школярів, потенційних абітурієнтів та ін. Затребуваною є послуга і Електронна доставка документів. Такий підхід до надання доступу до цифрових копій матеріалів з бібліотечного фонду може значно полегшити і покращити взаємодію між бібліотеками, читачами та авторами, забезпечуючи при цьому дотримання авторських прав. Більшість викладачів та студентів випускників курсів зазначили, що доцільно здійснювати Інформаційна підтримка досліджень, є критично важливим для прискорення наукового прогресу та збагачення наукових знань. Цей підхід також сприяє зручності та швидкості обміну інформацією, забезпечуючи відкритий доступ до ак-

туальної наукової літератури для великої аудиторії дослідників у соціальних мережах.

Отже, віртуальні спільноти, створені на різних платформах можуть значно впливати на доступність інформації, а також створювати унікальний інтерактивний простір для обміну знаннями та взаємодії користувачів.

Результати анкетування та аналізу сторінок бібліотек у соціальних мережах свідчать про позитивний вплив цих інструментів на підвищення інформаційної грамотності та активної участі читачів у бібліотечних процесах. Виявлено, що більшість користувачів оцінюють соціальні мережі як зручний та ефективний канал для отримання актуальної інформації, а також для спілкування з бібліотекарями та однодумцями.

#### **Список використаних джерел**

1. Joo, S., Choi, N. and Baek, T.H. (2018), Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries, *Online Information Review*, 42 (6), 940-955. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0288>
2. Ahenkorah-Marfo, M. (2016). Being where the users are: Readiness of academic librarians to satisfy information needs of users through social media. *Library Review*, 65 (8-9), 549-563. DOI: 10.1108/LR-02-2016-0020
3. Chu, S.K.-W. (2013). Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45 (1), 64-75. DOI: 10.1177/0961000611434361

***Кудлай В'ячеслав Олегович***

*канд. наук із соціальних комунікацій, зав. кафедри  
інформаційної діяльності, Маріупольський державний  
університет, м. Київ, Україна*

*v.kudlay@mi.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0001-6289-5645>*

### **Інформаційно-комунікаційна стратегія протидії екзистенційним загрозам повоєнного полікультурного світу в контексті реінтеграції маріупольської громади**

Місто Маріуполь, яке до початку повномасштабної російської агресії в Україні було одним з найважливіших промислових та культурних центрів країни, зазнало значних руйнувань та людських втрат. Зараз місто опинилося в ситуації, коли його громаді необхідно не лише відновлювати фізичну інфраструктуру, але й долати психологічні травми та протистояти новим викликам у повоєнному світі.

Одним із ключових викликів для маріупольської громади є реінтеграція в українське суспільство. Цей процес передбачає не лише відновлення зв'язків між людьми, які були змушені роз'єднатися через війну, але й подолання наслідків інформаційної пропаганди та ворожечі, які штучно розпалювалися протягом окупації.

У цій ситуації важливу роль відіграє інформаційно-комунікаційна стратегія, спрямована на протидію екзистенційним загрозам повоєнного полікультурного світу. Така стратегія повинна ґрунтуватися на принципах гуманізму, толерантності, поваги до різноманіття та прагнення до мирного співжиття.

Основні напрямки інформаційно-комунікаційної стратегії протидії екзистенційним загрозам повоєнного полікультурного світу в контексті реінтеграції маріупольської громади передбачає п'ять ключових напрямів: відновлення інформаційного простору; підтримка свободи слова та медіа; протидія мові ворожнечі та дискримінації; підтримка міжкультурного діалогу та співпраці; використання інформаційно-комунікаційних технологій для реінтеграції.

Відновлення інформаційного простору передбачає відновлення доступу до українських інформаційних ресурсів, а також протидію поширенню дезінформації та пропаганди. Важливо, щоб маріупольська громада мала можливість отримувати достовірну та неупереджену інформацію про події в Україні та світі.

Підтримка свободи слова та медіа полягає у створенні умов для розвитку незалежних медіа в Маріуполі, а також захист журналістів та інших працівників ЗМІ від переслідувань та залякування. Свобода слова та плюралізм думок є ключовими умовами для демократичного розвитку суспільства.

Протидія мові ворожнечі та дискримінації відбувається завдяки боротьбі з проявами мови ворожнечі, расизму, ксенофобії та інших форм дискримінації. Важливо, щоб маріупольська громада жила в атмосфері поваги та толерантності до всіх людей, незалежно від їхньої етнічної приналежності, релігії, політичних переконань чи інших характеристик.

Підтримка міжкультурного діалогу та співпраці сприятиме розвитку конструктивному спілкуванню та зворотному зв'язку між різними групами населення Маріуполя та публічними інституціями України. Важливо, щоб люди з різним досвідом та поглядами мали можливість спілкуватися, ділитися своїми історіями та знаходити спільні моменти.

Використання інформаційно-комунікаційних технологій для реінтеграції: Цей напрямок передбачає використання інформаційно-комунікаційних технологій для полегшення процесу реінтеграції маріупольської громади в українське суспільство. Це може включати створення онлайн-платформ для пошуку роботи та житла, надання психологічної допомоги, а також організації освітніх та культурних заходів.

Важливу роль в реінтеграції маріупольської громади відіграє Маріупольський державний університет (надалі МДУ), який є одним із двох закладів вищої освіти, релокованих на підконтрольну Уряду України територію після окупації Маріуполя агресором місцевих.

МДУ має значний досвід роботи в сфері освіти та науки, а також стратегію трансформації за моделлю Civic University [1]. Це робить університет ключовим актором у процесі реінтеграції маріупольської громади.

МДУ робить усе можливе для відновлення освітнього процесу в умовах війни. МДУ організував онлайн-навчання для студентів, які були змушені покинути Маріуполь, а також надає їм можливість вступати до ЗВО за спрощеною процедурою через освітній центр «Донбас/Крим-Україна» [2]. Крім того, університет розпочав процес відновлення навчальних корпусів та аудиторій у Києві.

МДУ надає психологічну допомогу студентам, викладачам та співробітникам, які постраждали від війни. Університет співпрацює з психологами та психотерапевтами, а також організовує тренінги та семінари з питань подолання психологічних травм. Окрім того, МДУ надає соціальну підтримку студентам, які опинилися у складній життєвій ситуації. Університет допомагає їм отримати місце в гуртожитку, роботу, а також отримати необхідну матеріальну допомогу.

МДУ продовжує проводити наукові дослідження в умовах війни. Університет співпрацює з науковими установами з різних країн світу, а також бере участь у міжнародних наукових проектах щодо укріплення та розвитку лідерського потенціалу релокованих ЗВО [3].

МДУ організовує концерти, виставки та інші культурні заходи, які сприяють єднанню маріупольської громади та її реінтеграції в українське суспільство.

Отже, інформаційно-комунікаційна стратегія протидії екзистенційним загрозам повоєнного полікультурного світу в контексті реінтеграції маріупольської громади є важливим інструментом для подолання наслідків війни та побудови мирного та процвітаючого майбутнього українців. Маріупольський державний університет відіграє важливу роль у процесі реінтеграції маріупольської громади в українське суспільство. Університет робить усе можливе для того, щоб допомогти людям, які постраждали від війни, подолати психологічні травми, відновити своє життя і стати повноцінними членами українського суспільства.

#### **Список використаних джерел**

1. Стратегія розвитку Маріупольського державного університету на 2021-2025 рр.: веб-сторінка. URL: <https://mu.edu.ua/strategy>.
2. Освітні центри «Донбас-Україна» та «Крим-Україна»: сайт. URL: <https://mu.edu.ua/donbass-ukraine>.
3. Відродження переміщених університетів: посилення конкурентоспроможності, підтримка громад: розділ «Мистецтво, освіта, суспільство. Вища освіта». URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/education/redu>.



**Тур Оксана Миколаївна**  
доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
професор кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва  
Кременчуцького національного університету  
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна  
oktur@ukr.net  
orcid.org/0000-0002-80943-687X

**Шабуніна Вікторія Валентинівна**  
кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва  
Кременчуцького національного університету  
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна  
shabuninaviktoria@gmail.com  
orcid.org/0000-0001-7957-3378

## **Як змінювався індекс медіаграмотності українців упродовж 2020-2023 років**

Медіаграмотність, як правило, розглядають як набір навичок і знань, що дозволяє особі ефективно сприймати, аналізувати та оцінювати інформацію, яка передається через різноманітні медіа. Основні аспекти медіаграмотності включають здатність розпізнавати маніпуляції, фальсифікацію та викривлення інформації, критично оцінювати джерела інформації та розуміти їхні мотивації [7]. Оцінити рівень медіаграмотності громадян конкретної країни досить складно, оскільки це вимагає комплексного аналізу декількох факторів, таких як доступ до освіти, рівень інформаційних технологій, культурні та політичні контексти. Деякі країни зазвичай визначаються як медіаграмотні, зокрема Норвегія, Фінляндія, Швеція, Данія, Нідерланди та Швейцарія. Вони мають високий рівень освіти, розвинуту медіаінфраструктуру та культуру відкритості й довіри до медіа.

В Україні вже вчетверте громадська організація «Детектор медіа» проводить власне дослідження «Індекс медіаграмотності українців». Уперше звіт на основі даних кількісного дослідження (2000 респондентів), здійсненого агенцією «Info Sapiens» у період 23.12.2020 – 10.01.2021 рр., що мало на меті валідизувати концепцію індексу медіаграмотності та прорахувати його для різних категорій української аудиторії, показав, що 36% респондентів оцінюють свій рівень медіаграмотності як вищий за середній або як високий; 32% вважають його середнім і 23% – нижчим за середній або низьким. Цікаво, що 42% опитаних оцінюють свій рівень чутливості до маніпуляцій як вищий за середній або високий; 32% вважають його середнім і 28% переконані, що їхній рівень нижчий за середній або низький. Найбільша частка аудиторії (32%) визначає достовірність новини інтуїтивно; 28% рespo-

ндентів шукають посилання на джерело інформації; для 26% важливим маркером є представленість у матеріалі різних поглядів або наявність фото/відео на підтвердження інформації. Кожен четвертий (25%) схильний довіряти новині, якщо вона не суперечить його уявленням і схожа на правду. Для 23% респондентів критерієм достовірності новини є довіра до видання, в якому вона розміщена, а для 21% – добра репутація автора або його популярність (14%). На жаль, 11% аудиторії довіряють майже всім повідомленням, поки не побачать спростування [1].

Друга хвиля дослідження (2000 респондентів), польовий етап якого проходив із 13.12.2021 р. до 30.12.2021 р., продемонструвала, що, порівнюючи з результатами 2020 р., показник рівня медіаграмотності українців суттєво не змінився: 13% громадян мають низький рівень медіаграмотності, 33% – нижчий за середній; 45% аудиторії характеризує вищий за середній рівень медіаграмотності, а 10% – високий [2].

Третє дослідження (23.12.2022 – 12.01.2023 рр.), здійснене компанією «New Image Marketing Group», охоплювало 1200 респондентів і показало, що рівень загального індексу медіаграмотності значно змінився всього за два роки – з 2020 по 2022. Частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника зросла з 55% до 81%. Частка респондентів із високим рівнем компетентності збільшилася вдвічі в трьох субіндексах загального рівня медіаграмотності українців: розуміння ролі ЗМІ в суспільстві, цифрової компетентності та чутливості до спотвореного контенту. Виняток складає лише субіндекс використання медіа, який переважно не змінився. Найбільша частка аудиторії з низьким рівнем компетентності спостерігається за субіндексом цифрової грамотності (15%). Але ця частка суттєво зменшилася за 2 роки (на 7%). Цілком передбачуваним є високий рівень медіаграмотності молоді 18-25 років (за рахунок субіндексів використання та цифрової компетентності) і низький серед старшої вікової групи 56-65 років. Варто зауважити: чим нижчий освітній статус, тим нижчим є й рівень медіаграмотності. Так, серед опитаних із загальною середньою освітою частка осіб із низьким показником та нижчим за середній складає 33%, а серед тих, хто має повну/неповну вищу освіту, – лише 10%. За 2 роки збільшилася тривалість щоденного знайомства із суспільно-політичним контентом у соціальних мережах, месенджерах та інформаційних інтернет-ресурсах. Цікаво, що до цього тренду належить і радіо. Якщо у 2020 році радіопрोगрами суспільно-політичного спрямування, які тривали понад годину, слухала лише третина (31%) респондентів, то в 2022 вже 44%. Середній бал оцінки рівня власної цифрової грамотності змінився значно: з 3,2 до 3,4 балів. 44% користувачів інтернету оцінюють свою цифрову компетентність як вищу за середню; 28% – як середню і 27% вважають свій рівень нижчим за середній або низьким [3].

Результати четвертої хвилі дослідження, яка охопила 2023 рік, дають уявлення про те, як на медіаграмотність українців вплинув дру-

гий рік повномасштабної війни. Головною тезою дослідження стала така: рівень загального індексу медіаграмотності українців за минулий рік значно змінився. Частка аудиторії з вищим за середній рівнем показника знизилася з 81% до 76%. Це є помітним регресом порівняно з попереднім періодом, адже з 2020 по 2022 рік індекс медіаграмотності виріс з 55% до 81%. Згідно з отриманими результатами за 2023 рік, медіаграмотність 3% українців є низькою (у 2022 році цей показник становив 6%), у 21% респондентів її рівень нижчий за середній (у 2022 році – 13%), 62% мають вищий за середній рівень медіаграмотності (у 2022 році – 50%), а 14% – високий (у 2022 році – 31%). Дослідження зафіксувало високий рівень чутливості до спотвореного контенту серед українців. З цього можна зробити висновок, що аудиторія стає більш компетентною у відстеженні фейкової інформації та здатна відстежувати дезінформаційні кампанії військової агресії [5]. Водночас українці стали краще розуміти, як реагувати на деструктивний контент [6]. Так, лише 17% опитаних вирішують, наскільки можна довіряти повідомленню, орієнтуючись виключно на власну інтуїцію. Минулого року цей показник був майже незмінним – 18%, тоді як у довоєнному 2021 році становив цілих 33% [4].

Отже, не викликає сумнівів, що сформовані навички медіаграмотності важливі для всіх громадян, оскільки у світі, де інформація швидко поширюється та доступна через різноманітні джерела, необхідно вміти відрізнити правдиву інформацію від маніпуляцій та дезінформації. Зниження рівня медіаграмотності може спричинити поширення неправдивої інформації, сприяти політичній маніпуляції, поглибленню соціальних розбіжностей та інших негативних наслідків.

Щоб підвищити медіаграмотність, важливо формувати ці навички у здобувачів усіх рівнів здобуття освіти. Крім того, медіаінституції, громадянське суспільство та урядові органи також можуть сприяти підвищенню медіаграмотності шляхом організації освітніх кампаній, тренінгів і запровадження інших ініціатив. Завдяки таким зусиллям люди зможуть краще розуміти, аналізувати та використовувати медіа для власної освіти та інформаційних потреб.

#### **Список використаних джерел**

1. Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження (2020 р.) URL: [https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/186435/UA\\_REPORT\\_MEDIALITERA%D0%A1Y\\_INDEX-DM.pdf](https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/186435/UA_REPORT_MEDIALITERA%D0%A1Y_INDEX-DM.pdf) (дата звернення: 04.05.2024).
2. Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження (2021 р.) URL: <https://detector.media/infospace/article/201662/2022-05-01-indeks-mediagramotnosti-ukraintiv-druga-khvylya-doslidzhennya-detektora-media/> (дата звернення: 04.05.2024).
3. Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження (2022 р.) URL: [https://detector.media/doc/images/news/58855/ua\\_report\\_medialiterasy\\_index-dm\\_20-21-22\\_final.pdf?fbclid=IwAR1f3RUwhFyVRTYsB5aAyQNb8EGCKrP93nG7rVeel\\_XU8gJ5S24 EDmLda8w](https://detector.media/doc/images/news/58855/ua_report_medialiterasy_index-dm_20-21-22_final.pdf?fbclid=IwAR1f3RUwhFyVRTYsB5aAyQNb8EGCKrP93nG7rVeel_XU8gJ5S24 EDmLda8w) (дата звернення: 04.05.2024).

4. Індекс медіаграмотності українців. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження (2023 р.) URL: <https://ms.detector.media/proekti-go-detektor-media/post/34730/2024-04-22-kilkist-ukrainsiv-z-vysokym-indeksom-mediagramotnosti-znyzylasya-za-drugyy-gik-viynu-doslidzhennya-detektora-media/> (дата звернення: 04.05.2024).
5. Тур О. М., Шабуніна В. В. Дезінформаційні кампанії російської агресії: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи», м. Полтава, 23 листопада 2023 р. / редкол. : І. Г. Передерій, О. Є. Гомотюк та ін. Полтава, 2023. С. 257 – 259.
6. Тур О.М., Шабуніна В.В. Негативні практики як реакція на деструктивний контент. Proceedings of the XVII International Scientific and Practical Conference «System analysis and intelligent systems for management», May 02 – 05, 2023. Ankara, Turkey. 2023. Pp. 52–54.
7. Шабуніна В. В., Тур О. М. Медіаграмотність як ключовий фактор інформаційної безпеки особистості. Психолого-педагогічні, правові та соціально-культурні проблеми сучасного суспільства : Матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Кременчук, 16-17 листопада 2023 р.); [редкол.: Т. Б. Поясок (голова), С. А. Федоренко (відпов. секр.) та ін.]. ПП Щербатих О. В. : Кременчук, 2023. С. 42–43.

# СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

## Секція 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

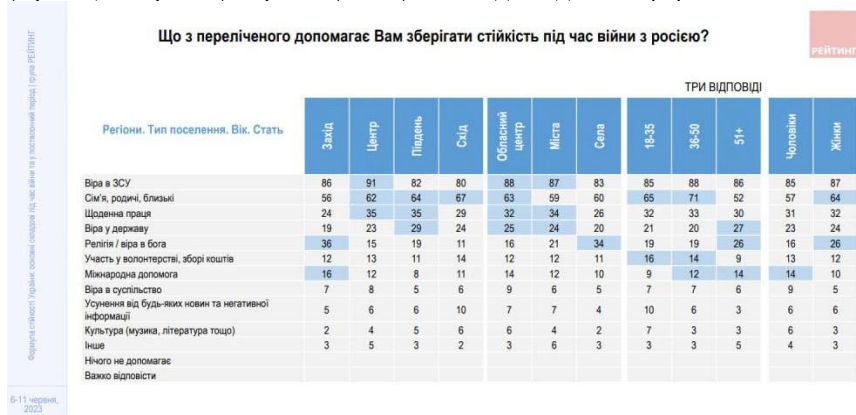
Модератори: *Святненко Анна Василівна,  
Воробйова Наталія Петрівна*

*Копієвська Ольга Рафаїлівна  
доктор культурології, професор,  
професор кафедри артменеджменту та івент-технологій  
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв  
okopievska@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-4537-4888*

### Стойкість як властивість української культури

Сучасне розуміння поняття «стійкість» визначається як виняткова особливість українського народу, її феномен є топовою темою в глобальному і локальному вимірах.

Стойкість українців під час війни є предметом експертного обговорення на міжнародному рівні, вона вивчається представниками різних наукових течій, досліджується соціологами. Так, проведене соціологічною групою «Рейтинг» (2023 р.) опитування на тему «Формула стійкості України: основні складові під час війни та у поствоєнний період» дозволило з'ясувати основні стійкоутворювальні позиції, з точки зору регіонально-територіальних та вікових особливостей, які допомагають українцям вірити у перемогу. Результати дослідження [4].



Результати дослідження показали, що серед таких важливих для українця позицій як: віра в ЗСУ, сім'я, родичи, близькі, віра в державу та суспільство, міжнародна допомога є культура.

Отже, визначаючи українську культуру як дієвий інструмент стійкості ми акцентуємо увагу на питаннях стійкості і самої культури.

Так історично склалось, що стійкість української культури формувалася в різних кризових ситуаціях, стикалася з тортурними викликами для інтелектуальної еліти та подекуди фактичним знищенням. Стійкість української культури, як важлива її властивість закарбовується вихованням, освітою, патріотизмом, самоідентифікацією, героїчними вчинками тощо. Стійкість української культури – це здатність до збереження унікальних її зразків, спадщини, цінностей, які є винятковими для національної ідентичності.

Глобалізаційні, еволюційні впливи руйнують стійкість культури, саме тому важливо створити умови для її виживання, збереження та розвитку в різних умовах.

На винятковому значенні людської стійкості нагошують при теоретико-практичному осмисленні проблематики гібридних викликів і загроз. З позиції теорії гібридних загроз стійкість розглядається як «здатність суспільства та уряду долати порушення та зовнішні потрясіння, протистояти їм та відновлюватись» [5]. Теоретики і практики наголошують на пріоритетності організації заходів, які спрямовані на підвищення стійкості. До таких відносять концепцію «стримування шляхом заперечення», яка є «інструментом протидії гібридній війні і покликана підірвати здатність супротивника досягти своєї мети, в першу чергу шляхом, наприклад, «загартування» цілі» [5].

Формування національної стійкості країни є пріоритетним напрямком у стратегії та тактиці як випередження гібридних загроз, так і виявлення переможних шляхів у війні.

В Україні актуалізуються проблеми стійкості, які потребують пошуку новітніх практик щодо їх розв'язання. Про це йдеться в Указах Президента України «Про запровадження національної системи стійкості», де наголошено про важливість розуміння природи виникнення кризових, конфліктних ситуацій на основі системного аналізу та оцінювання ризиків для різних сфер життєдіяльності суспільства і держави, зокрема, культури [2] та «Стратегії національної безпеки України», де наголошено про «пріоритетність рішучих рішень протистоянню гуманітарній агресії, розвитку української культури як основи консолідації української нації та зміцнення її ідентичності» [3]. Стійкість культури формується через розвиток людського капіталу, а для цього потрібно створити умови, які необхідні для культурного розвитку та збагачення громадян України, популяризацію українського мистецтва, музики, літератури [3].

Проблематика стійкості культури є пріоритетним напрямком діяль-

ності ряду інституцій. Так, «Академії стійкості», діяльність якої є навчальною платформою для набуття теоретичних знань про стійкість та набуття практики її формування. Однією з головних інтенцій освітніх програм, які пропонує Академія, є наголос про визначальну роль культури, як полягає в процесах формування власної «скрині стійкості» [1].

Отже, стійкість українців є прикладом для всього світу. Саме героїзм, незламність, патріотизм, солідарність, соборність, воля і гідність є тими винятковими характеристиками стійкості українського народу. Особливою властивістю безпекової стійкості українців є національна культура, усвідомлення важливості якої є важливою в питаннях формування українського сьогодення.

Стійкість української культури в її нових викликах має стати пріоритетним напрямком дослідження культурологами, що дозволить винайти дієвий практичний інструментарій для формування властивостей стійкості з позиції як персональної необхідності, так і суспільно-державної.

#### **Список використаних джерел**

1. Академія стійкості: офіційний сайт URL : <https://resilience.k-s.org.ua/istoriyi-stijkosti/> (дата звернення: 23.04.2024);
2. Про запровадження національної системи стійкості// Указ Президента України від 27 вересня 2021 року № 479/2021 URL : <https://www.president.gov.ua/documents/4792021-40181> (дата звернення: 23.04.2024);
3. Про Стратегію національної безпеки України// Указ Президента України від 14 вересня 2020 року № 392/2020 24 URL : <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> (дата звернення: 23.04.2024);
4. Формула стійкості України: основні складові під час війни та у поствоєнний період (6 – 11 червня 2023). Соціологічна група «Рейтинг». URL : <https://sau.in.ua/research/formula-stijkosti-ukrayiny-osnovni-skladovi-pid-chas-vijny-ta-u-postvoennyj-period-6-11-chervnya-2023/> (дата звернення : 29.04.2024).
5. Glossary Hybrid Threats / Глосарій з гібридних загроз / упоряд. С. В.Гришко та ін. ; за заг. ред. С. В.Гришко. 2021. 113 с.

*Садовенко Світлана Миколаївна  
доктор культурології, професор,  
в.о. завідувача кафедри вокального мистецтва  
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв  
ORCID 0000-0001-9166-5259*

### **Культурні традиції як підмур стійкості українського суспільства в умовах збройної агресії**

Національна культура визначає унікальний образ будь-якої країни та її народу в багатоманітній мозаїці світової цивілізації. Стратегічна роль культури, як ключового елементу сталого гуманітарного розвитку, визначається конкретними напрямками, серед яких важливе місце посідають збереження й актуалізація культурно-історичної спадщини,

забезпечення доступу до культурного надбання; розвиток творчого потенціалу суспільства, сприяння культурному різноманіттю в сучасному суспільстві та у світовому співтоваристві.

В умовах збройної агресії перед українським суспільством постає і надалі постає багато складних питань. Серед них, зокрема, збереження культурних традицій, наповнених духовними цінностями, своєрідністю національної культури, самосвідомістю нації. Головним чинником, що визначає своєрідність української культури, є її нематеріальна культурна спадщина. Значну складову нематеріальної культурної спадщини становить усна народна творчість, яка базується на мові народу. Мова є характерним кодом нації, духовною сутністю, колективною пам'яттю народу. Мова виконує не лише комунікативну функцію, а є національним символом формування культурної спадщини. У мові концентрується сутність буття людини, історичного буття народу. Звідси фундаментальна цінність мови як основи самоідентифікації людини й народу. Втрачаючи рідну мову, народ, втрачаючи духовну самотність, стає населенням.

Одним із дійових факторів збереження мови українського народу, запорукою її нового повноцінного розвитку є подальше збирання, вивчення, популяризація культурних традицій, фольклорних творів: казок, переказів, епічних оповідань, дум, пісень, прислів'їв тощо. Розуміючи це, фундатори української літератури, культури, науки М. Грушевський, І. Котляревський, І. Франко, Т. Шевченко й інші, їхні учні та послідовники здійснювали фольклорні експедиції, збирали, записували від живих носіїв фольклорних традицій надбання усної творчості, проводили наукові дослідження фольклористики українського народу та національних меншин, що здавна проживають на території сучасної України, за місцями їхнього розселення.

Український фольклор пройшов від давнини до сучасності складний багатовічний шлях розвитку. Залежно від історичної долі народу, в різні епохи суспільних і політичних процесів, культурних впливів, зв'язків з фольклором інших народів тощо народжувалися нові твори, зазнавали змін, збагачувалися новими темами, сюжетами, мотивами, образами, або ставали пережитками і забувалися попередні набутки усної народної словесності. В народній пам'яті тісно зберігалися і оберігалися найцінніші надбання фольклору, все те, що було пов'язане з життям, обрядовими і звичаєвими культурними традиціями. У різних місцевостях етнічної території України не однаковою мірою поширювалися і збереглися ті чи інші види фольклору. Так, на Західноукраїнських землях і на Поліссі збереглися обрядові та баладні народні пісні, у Карпатах і Закарпатті – казки, легенди, коломийки. На Наддніпрянщині краще збереглася історична, зокрема козацька пісня, а на Лівобережній Україні – дума. Актуальним завданням сьогодення залишається й фундаментальне дослідження історії самої фольклористики як



науки в Україні, багатьох її теоретичних проблем, розробка понятійного апарату, наукового зводу термінів тощо.

Незворотні зміни в економічному, соціальному, духовному житті суспільства, кризові явища та соціальні злами, притаманні нашому часу в умовах збройної агресії, глибоко позначаються на розвиткові усної народної творчості. Порушення традиційного укладу життя, патріархальних звичаїв та обрядів, пов'язаний з війною відтік молоді до зарубіжжя, посилення міграційних процесів переривають зв'язок поколінь. У такій ситуації перегрупування естетичних ознак спонукає до збереження для нащадків пластів фольклору, культурних традицій, які в умовах війни стають реальним підмур'ям стійкості українського суспільства.

Попри певні регіональні особливості, усна словесність українського народу здавна розвивалася на спільній загальнонаціональній основі. Головними чинниками цієї спільності є, як вже зауважувалося, мовна і загальнокультурна єдність українського народу, його національна ментальність. Спільність фольклорної традиції, живий обмін її досягненнями між різними регіонами/областями у системі органічного загальнонаціонального культурного кровообігу посилюється в процесі формування української нації, консолідації українського народу.

Найвищим злетом національної культури, найвагомим внеском України у духовну скарбницю людства є українська народна пісня. І якщо ще донедавна народна пісня жила і зберігалася переважно старшим поколінням, то нині, приміром, стрілецькі пісні/фольклор, що охоплюють етапи національно-визвольної боротьби українського народу під час Першої світової (1914–1918), українсько-польської (1918–1919), українсько-московсько-більшовицької (1919–1920) воєн, стали актуальними під час повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року. Так, патріотичний марш Січових стрільців «Ой, у лузі червона калина», написаний на слова Степана Чарнецького та Григорія Трухи, музику Степана Чарнецького, пройнятий духом нескореності, незламності, любові до України, як і у період зародження січового стрілецького руху (грудень 1912 року), звучить пісню-гімном, наповненим ідейною цінністю як для сучасних українців, так і для всього цивілізованого світу. Заспівана фронтменом українського хіп-хоп гурту «Бумбокс» Андрієм Хливнюком на Михайлівській площі 26 лютого 2022 року, у день, коли він вступив до лав територіальної оборони ЗСУ, «пісня-гімн набула широкого розголосу і була підхоплена в Україні й світі. Вже 7 квітня Легендарний Pink Floyd записав пісню «Hey, Hey, Rise Up», використавши для треку вокал А. Хливнюка» [1, с. 42].

Пісенний жанр тісно пов'язаний із музичним і хореографічним. Епічні твори – думи, історичні пісні тощо – традиційно супроводжуються грою на бандурі, кобзі та інших музичних інструментах. Прадавні

мелодії, ритми, стиль і манера виконання бандуристів, кобзарів, лірників передавалася споконвіку в процесі живого спілкування досвідчених майстрів із початківцями, безпосереднього навчання, наслідування зразків. У сьогоднішній проявляються тенденції щодо відновлення цих традиційних жанрів на аматорському й професійному рівнях та збагачення їх новими формами, що народжуються в умовах збройної агресії.

Дедалі більшої популярності здобувають комплексні заходи, у рамках яких органічно поєднуються жанри музичного, хореографічного, образотворчого народного мистецтва. Останнє зазвичай представлене виставками творів народних умільців, художньо виконаними предметами побутового вжитку, розквітчаними народною фантазією, показом майстрами процесів виготовлення виробів з різьбярства, плетіння з лози, вишивання, гончарства тощо. Це привертає увагу сучасників, пробуджує в них, особливо в дітях, молоді, бажання творчості, опанування забутих ремесел і втілення їх у нових формах, приміром, створення з гілз патронів витворів мистецтва.

Важливу роль у відтворенні культурних традицій, народних звичаїв та обрядів, передачі їх майбутнім поколінням, започаткуванні нових яскравих традицій в умовах збройної агресії відіграють відроджувані свята фольклору, народних ремесел тощо, які зі схваленням зустрічає громадськість. У кращих із них органічно поєднуються християнські релігійні обряди та звичаї, ігри, розваги, фольклор, коріння яких сягає язичницьких часів. Під час проведення релігійних свят (Різдво, Великдень, Трійця, Покрова, ін.), родинних (сватання, весілля, хрестин, поминальні дні), свят, пов'язаних із сільськогосподарським циклом, відновлюються культурні традиції, виникають нові їх форми, відбувається живий процес творення народом духовної культури, її збагачення і подальшого розвитку. Наприклад, звичай колядувати і щедрувати на Різдвяні й Новорічні свята з кожним роком набуває дедалі більшого поширення серед дітей, молоді, які долучаються до витоків споконвічної культури свого народу, проймаються красою мелодій, таємничим змістом колядок і щедрівок, що навітьно западають у душі, сприяють формуванню національної свідомості.

До справи збереження нематеріальної культурної спадщини, традицій нині активно долучаються громадські організації, благодійні фонди, творчі спілки, національно-культурні товариства, ентузіастаматори, які активно співпрацюють із державними закладами культури, займаються волонтерською діяльністю, опікуються збереженням нематеріальних, а також і матеріальних культурних надбань народу України. Вагомий внесок у цю справу роблять активісти краєзнавчого, пам'яткоохоронного рухів.

Окремої уваги потребує завдання підвищення кваліфікації та перекваліфікації кадрів. Вивчення міжнародного досвіду сприятиме розвитку відповідних теоретичних досліджень, що позитивно позначиться

і на вирішенні практичних питань охорони національної культурної спадщини, вивчення і розуміння національного фольклору, традицій. Реалізація вищезазначених завдань надасть можливість поєднати систему фізичного збереження пам'яток (як економічного підґрунтя та господарчого розвитку областей) та вивчення і популяризацію національної культурної спадщини (як ідеологічного, просвітницького, виховного методів щодо формування національної самосвідомості, збереження культурної ідентичності тощо).

Широкими нині є міжнародні контакти української культури, а це означає, що вона цікава для світу і здатна відгукуватися на світові імпульси, які спонукають до виходу на нові творчі горизонти.

Таким чином, національні культурні традиції, самобутні й неповторні обряди українського народу, пісні, легенди, дитячий фольклор, казки, перекази, колядки, щедрівки є частиною Світової спадщини людства. Збереження національного надбання ставить українців перед необхідністю їх вивчення і впровадження на національному рівні, адже культурні традиції виступають фундаментом стійкості українського суспільства, визначають чільне місце української культури як рівноправного члена європейської спільноти, особливо в умовах збройної агресії.

#### **Список використаних джерел**

1. Садовенко С. М. Українське народне хорове мистецтво як динамічний соціокультурний феномен: культурологічні аспекти концептуалізації. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2022. № 2. С. 40–47.

*Ареф'єва Єлізавета Юрійвна*  
доктор філософії, докторантка КНУКіМ  
e-mail: [liza.arefieva34@ukr.net](mailto:liza.arefieva34@ukr.net)  
<https://orcid.org/0000-0001-5060-2251>

### **Актуалізація культурно-історичного потенціалу багатоголосся як екологічна настанова**

Музикологічний аналіз системного простору монодійних інтенцій довів, що говорити про поліфонію в хоровому виконавстві не можна в суто хронологічному вимірі, потрібно шукати системні ознаки цілісності поліфонії в системі доповнювальності монодних і поліфонічних реалій хорового виконавства. Вони не виникають одна за одною, а генетично виборюють змагання за майбутнє в контексті системогенезу хорового виконавства, актуалізуються як одна реальність культуротворення.

Ідеться про те, що системогенез монодійного співу є морфогенез, тобто на основі морфем здійснюється розширення плато, синтагматичного виміру морфем, які поєднують в собі частину слова, слоги і зони,

які охоплюють слово в цілому, в реальності, яка існує в середині промови. Адже звукова система в контексті нотації здійснює певний стрибок, долає поріг між морфемою як частиною слова і синтагмою, яка існує як в слові, так і в тому, що зветься синтаксис, порядок, лад, композиція.

Це та структурована системна цілістність, яка має свою морфологію, синтагматику і синтаксис. Морфогенез як системогенез моно дійного співу породжує вже іншу систему, яка є креативною за своєю суттю, актуалізує інтенсивну метрику злету вгору. Тобто можна сказати, що еманация, стікання звуку в монодій – це екстенсивна метрика як розширення синтагми (морфем), що формується на підставі слогу, коли на слог нашаровується звуковий об'єм. Спочатку однотипно, а потім в двох, трьох вимірах, а потім вже доходить до того, що зветься поліфонія.

Поліфонія вже існувала в монодій на підставі екстенсивної метрики, адже їй потрібно було змінити свою метрику, перейти із рангу іманентного в ранг креативних інтенцій, змінити парадигму. Отже, ця парадигма, звичайно, чітко фіксується хронологічно, але в західних реаліях вона виникає ще раніше, в східному просторі музики – з середини XVII століття. Відтак, можна говорити, що така інтерпретація допомагає відійти від загострення антитетики, більше того, конфронтації монодійного та поліфонічного співу, показати, що вони є органічними, доповнювальними підсистемами в системогенезі хорового співу, який відбувається як зміна парадигм від екстенсивної, еманативної до креативної парадигми. Хор вже опікується не екстенсивною метрикою еманатії з Єдиного (гласу), а інтенсивною – як злет вгору до трансцендентного Абсолюту.

Якщо говорити, що стікання як домінанта монодійного простору дає можливість розширити горизонти звукорядку, то креативний вимір здійснює поліструктурацію монодії, визначає її більш емансиповану реальність. Тобто системогенез за допомогою синтактики, тобто за домінантою синтаксису переутворюється у системогенез поліфонічних систем хорового співу. Можна сказати, що у семіологічному вимірі ми можемо прослідкувати, як денотат – абсолют, ідеал, те, що є напередзавданим, визначається як образ спільності, цілого, перетворюється на інтерпретант, тобто – особистість гурту, зокрема хоровий гурт певного регіону. Сигніфікат (система нотації) фіксує певний синтез звуку і слова. Отже, можна сказати, що синтез виникає завдяки інтерпретанту (хоровому гурту), який обумовлює систему презентації (сигніфікації) запису фонізму. Виникає абсолютно однозначна п'ятилінійна нотація, яка має свій синтаксис і фактично не потребує ніяких доповнювальних комунікативних знань і вмінь, асимілює донатоційний або долінійний простір нотацій. Адже ця асиміляція вже виглядає як допоміжний засіб – суто культурологічний і екологічний.

Якщо йдеться про екологію як фундаментальний вимір самозбереження системи, в даному випадку системи хорового співу, то важливо зазначити багатоголосся в хоровому виконавстві як екологічну настанову, яка структурується власне гуртом, індивідом, особистістю і текстуальною цілісністю, що спирається на однозначну систему нотацій.

Злет до абсолюту, ідеалу і всього того, що ми визначаємо як цілісність мистецького твору, презентує ідеальні сутності Великого Іншого, що є більшим за цю реальність, яка утворюється в гурті, в системі тих поліфонічних засобів, які структуруються, розгортаються і мають надзвичайно широку партитуру. Втім, ця поліфонія визначається спочатку як тенденція, парадигма, що формується на підставі зміни формотворчих засад як певна прагматика креативу, яка виглядає як, власне, гуртовий, або індивідуальний, присутній тому чи іншому композитору спосіб поліфонічного єднання музичної матерії.

Відтак, семіологічна розгортка дає можливість актуалізувати культурно-історичний потенціал на підставі синтаксичної єдності граматики співу, які вже нотуються однозначно в системі лінійної нотації, а вимірювальним засобом стає поліmodalність художнього образу твору. Однак modalність розуміється досить і досить по-різному. Так, з одного боку, – це вся фактура і весь набір голосоведення, звуковидобування і єдність мелодійного рисунку, з іншого – це система доповнюваності, синестезія, перекодування modalностей звучного образу в системі комунікацій: слухової, візуальної, гаптичної тощо.

Образні modalності в контексті екстероцепції, інтероцепції і пропріоцепції формують ті візії і слухові артефакти аудіального простору, які стають екстатичними, естетичними принципами поліфонії як системи. Поліфонія вже отримує свою граматику, систему граматики, що спирається на ту чи на іншу національну школу і стає розгорнутим шляхом трансценденції музичного простору. Цю трансценденцію ми зазначаємо як інтенсифікацію всіх можливостей хорового виконавства, що виникають на основі поліфонії.

Отже, цього вже достатньо, щоб підійти до реконструкції культурно-історичного досвіду музичної поліфонії і побачити, як в культурних артефактах поліфонічного співу, який визначає себе, починаючи з XVII століття виникає та конфігурація співу, яка завершує системні інтенції хорового виконавства. Монодії своє системотворення розпочинають на шляху неоплатонізму і монадної цілісності, більше того, – religare як зв'язування в гурті, що здійснює своєрідний благовійний вимір єднання людини і абсолюту, гурту і абсолюту. Монодії формуються в рамках традиції, продукують збереження інституту старцівства, який формувався в культурі як надзвичайно інституалізована реальність. Це і співочі дяки, хорові школи, які виникають при церквах, або при владних інституціях. Партестний спів вже руйнує цю ієрархію.

Можна прослідкувати досить чітку інтенцію, яка свідчить про те, що багатоголосся не є наступним етапом після монодії, а є своєрідним виміром трансформації екстенсивної та інтенсивної метрики, трансформації парадигм системогенезу хорового співу. Протиставлення монодії та партесного співу, їх протиставлення орієнтоване в більшості на релігійні конотації, що не є плідним джерелом розрізнення систем. Отже, можна сказати, що парадигма яку визначив І. Гарднер як літургійне мистецтвознавство або літургійну систему адекватній хорового твору, визначає літургію не лише у вимірі виконання і єдності систем богослужбового співу. Літургія в широкому розумінні як *religare*, як зв'язування людей у всіх контекстах діяльності людини, її стану, її поведінки, характеризує спільність культуротворчості як екологічну настанову.

Людина в своїй творчості, зокрема співочий гурт, диригент для самозбереження ідеальної засадничої цілісності образу співу мусять знайти петлю рекурсії, за Е. Мореном, щодо самозбереження хорового співу, знайти засадничі реалії системотворення, на підставі яких і відбувається системогенез виконавства.

Отже, візантійська система співу була еманативною, Захід сприяв тому, щоб вона перейшла в інший вимір, який ми пов'язуємо з інтенсифікацією співу на підставі поліфонії. Тобто богослужбові системи Заходу розвивали все те, що вже існувало в контексті візантійського співу, а цей розвиток йшов в контексті тої інтенсифікації співу, яка поступово змінювала виконавську парадигму. Важливо, що виникає симбіоз інструментальної та вокальної традиції. Орган набуває харизматичних ознак голосоведення.

Тобто ми бачимо, що грецькі та візантійські інтенції співу існували в монодійному співі як еманативна система, але згодом загострюється протиставлення двох верхівок, які визначають грецьку і власне візантійську традиції, що відбувається у трансформації систематворчого, синтезуючого елемента, яким був в монодії глас. Глас формувався на основі екстенсивної метрики розширення музичного простору, який ми пов'язуємо з синтагмагікою еманативному типу, або морфогенезом, що призводить до того, що глас перетворюється в модус. А модус – це вже ознака системи, яка, за блаженним Августином, визначає музику як наука правильної модуляції, перехід з одної тональності в іншу, як певний правильний вибір єднання модусу, мелодії, ритму, а також і стану.

Це дає можливість створення тих звукових модусів, котрі потім отримали назву поліфонії як єдності систем модифікації або єднання музичних модуляцій звучної матерії.

Отже, модуси формуються таким чином. Перший – дорійський, другий – гіподорійський, третій – фрігійський, четвертий – гіпофрігійський, п'ятий – лідійський, шостий – гіполідійський, сьомий – міксо-

лідійський і восьмий – гіпоміксолідійський [1, с.71]. Тобто антична ладова система переосмислюється. В. Мартинов вважає, що повернення до грецького, язичницького музичного принципу для християнського поняття гласа є деструктивним, глас замінюється поняттям ладу. Адже справа тут не в поверненні, а в актуалізації культурно-історичного потенціалу, що здійснюється як культурогенез. Отже, в новій системі парадигмальної зміни метрик це цілком природньо, і не потрібно на цьому вибудовувати контрфронтаційну боротьбу Сходу і Заходу, хоча вона й існувала, але як взаємодоповнення, а не зміна однієї парадигми іншою.

#### Список використаних джерел

1. Герасимова-Персидська Н. О. Хоровий концерт на Україні в XVII – XVIII ст. *Музична Україна*. 1978.
2. Зосім О. Латинська літургійна традиція та українська духовна пісня. *Науковий вісник Національної музичної академії України ім. П.І.Чайковського*. 2003. №24(1). С.57–67.
3. Козаренко О. Сакральна творчість українських композиторів XX століттяв контексті національних музично-семіотичних процесів. *Українське музикознавство*. 2001. №30. С.138–150.
4. Легенький І. Ю. Сакральний етос творів в музичному постнонконформізмі України. *Аркадія*. 2015. №1(42). С.124–127.
5. Матеос Х., Тафт Р. Развитие византийской литургии (А. Дудченко, ред., И. Пральников, С. Никитин, Н. Василевич, пер.). 2009. Quo Vadis.
6. Gardner J. Das Problem des altrussischen demenstrischen Kirchengesanges und seiner linienlosen Notation. Munich. 1967.

**Кондратюк Аліна Юрївна**

*кандидат мистецтвознавства, докторантка  
кафедри мистецтвознавчої експертизи НАКККіМ*

### **«Західне» й «східне» в монументальному ансамблі церкви Спаса на Берестові 40-х рр. XVII ст.: зауваження щодо стилю стінопису**

В 40-х рр. XVII ст. Петро Могила запросив грецьких художників для розписів відбудованої ним церкви Спаса на Берестові [6, 182–202]. Але, факт запрошення православних майстрів – прихильників візантійської традиції, був не типовий для Києва цього часу. У першій половині XVII ст. численні «іновірці» – і протестанти, і католики брали участь в багатьох культурних, освітніх і мистецьких заходах Києва. Зокрема, всі запрошені в цей час до Києва зодчі були іноземці й не православні.

Так, італієць Себастьяно Браччі ремонтував в 1613 р. Успенську церкву на Подолі («Пирогошу») [4, 405]. Митрополит Йов Борецький перед смертю підписав контракт з німцем Петром на спорудження дзвіниці Михайлівського монастиря [4, 405].

Відомо також, що німці й поляки працювали у першій половині XVII ст. в друкарні Києво-Печерської лаври [1, 9]. Це мало кого бентежило, адже Річ Посполита, до складу якої в цей час входила значна частина території України, була інтернаціональною державою. Для неї була характерна віротерпимість – за усієї активної релігійної полеміки, що відображена в українській богословській і полемічній літературі кінця XVI – першої половини XVII ст. Ця релігійна толерантність позначилася на явищах культурного й мистецького життя.

При митрополичому дворі Петра Могили також працювали вихідці з католицьких країн. Головний митрополичий храм – Св. Софію Київську реставрував і відбудовував італієць архітектор і живописець Октавіано Манчіні, вихованець Болонської академії [4, 405–409, 411]. Є припущення, що він брав участь і у відбудові церкви Спаса на Берестові [4, 409]. Притому відданість самого київського митрополита православній традиції добре відома, за усієї широти його поглядів. Тож, характер взаємодії «східного» й «західного» в українській культурі того часу був не простий. Але, це було ознакою доби.

Взаємовплив західно- і східнохристиянської мистецьких традицій характерний для всієї Європи ранньомодерного часу. Великий інтерес до грецької культури в католицьких країнах пояснювався в тому числі й тим фактом, що після падіння Візантії багато греків там оселилися й працювали. З доби Відродження захоплення грецькою культурою почалося й у Речі Посполитій. На початку XVI ст. перші грецькі іммігранти з'являються у Львові й Острозі. Значні колонії греків були у Замоїсті. Відомо, що бібліотека засновника цього міста Яна Замоїського містила велику кількість грецьких рукописів [7].

В той самий час у такій непорушній твердині православ'я, як Афон, у XVI – першій половині XVII ст. широко використовують західні зразки для розписів храмів. Більше того, композиції з новою «західною» іконографією одразу отримували статус канону і багаторазово повторювалися. «Узаконеного» характеру використання православними художниками західних зразків набуло внаслідок діяльності т. зв. Критської школи іконопису. Саме о. Крит після падіння Константинополя бере на себе місію збереження візантійської культурної й духовної спадщини. Він виконував її понад століття, перебуваючи на перехресті торгівельних, наукових і художніх контактів між Венецією, Італійським півостровом і Чорноморським ареалом.

Є підстави для порівняння розписів церкви Спаса на Берестові зі спадщиною майстрів критської школи XVI ст. Певні творчі прийоми й методи виявляються схожими. Зіставляючи архаїчний за манерою стінопис київського храму 1643–1644 рр. з творами критських іконописців попереднього століття можемо зауважити багато спільного, зокрема, у характері композицій, особливостях контуру й лінії, колірній гамі тощо.



В XVI ст. на Криті з'являються нові тенденції в зображенні фігур і обличь: форма набуває чіткості округлого згладженого рельєфу, що ніби відбиває потоки світла крутизною свого вигину. Лінія як межа освітлених об'ємів чітко промальовується. Тональна розробка колориту, що була характерна для палеологівських майстрів, при цьому відступає перед яскравістю, контрастністю колірних сполучень [5, 12].

Схожі риси характерні й для стінопису церкви Спаса. П. М. Жолтовський зауважив нові тенденції в моделюванні обличь: у київському храмі обличчя, всупереч плоско зображеним фігурам, у багатьох випадках пластично модельовані за допомогою світлотіні. Він зазначив, що в такий спосіб, зокрема, зображено обличчя архангела Михаїла. Серед інших зображень дослідник звернув увагу на майстерно виписані обличчя зосередженого Меркурія (іл. 1), аскета і містика Кирила Александрійського, сповнене життя, енергійне, мужнє і разом з тим жорстоке обличчя Афанасія Александрійського» [2, 13]. Можна згадати й багато інших композицій. Зокрема, яскраво індивідуалізовані образи пророків з верхнього регістру розписів внутрішнього нартексу. Або ж образи св. преподобних отців з нижнього регістру цього ж приміщення: кожному образу тут також було надано виразної характеристики.

П. М. Жолтовський зазначив також, що колорит у церкві Спаса дуже напружений і динамічний, і ця динаміка виникла внаслідок енергійної прорисовки складних контурів фігури та драпіровок одягу. В колориті загалом переважають червоно-брунатні та темно-зелені тони. Притому цей вчений писав, що фарби глибокі, але значною мірою приглушені, без різких яскравих плям [2, 15]. Зауважимо, однак, що під час написання дослідником цього тексту (1988 р.), розписи церкви перебували майже повністю під записами. Тож П.М. Жолтовський не випадково писав про приглушеність фарб. Значна частина стінопису була розкрита від пізніших нашарувань лише у 1995–1997 рр. [3, 104–107].

І тільки відтоді з'явилася змога належним чином аналізувати колорит. На нашу думку, колорит у київському храмі так само близький до художніх принципів італо-критської школи XVI ст. з його яскравістю і контрастністю колірних сполучень.

Художники італо-критської школи запозичували з живопису італійського кватроченто окремі образотворчі мотиви, головним чином, форми меблів та архітектури. Це значно підвищувало ефект «матеріальності» ідеального світу, робило його разом із деталями сучасного вбрання, впізнаваним. Ідеальний світ ставав співвідносним із реальним простором [5, 13]. У церкві Спаса майстри також намагалися передати «матеріальність» ідеального світу. Про це свідчать спроби передачі глибини простору в окремих композиціях (зокрема, «Благовіщення» на східній стіні вітара) (іл. 2), а також пильна увага до деталей пред-

метного світу (наприклад, дуже деталізовані зображення меблів і подушок у композиціях з Христом й Богородицею на престолах на східній стіні внутрішнього нартексу).

Майстри італо-критської школи створили новий чуттєвий ідеал краси, для якого були характерні певна інтимність і камерність [5, 13]. Ці риси властиві також і зображенням церкви Спаса на Берестові. Тракткування обличч, котрі в розписах київського храму яскраво індивідуалізовані й сповнені емоційної виразності, свідчить вже про новий характер релігійності, забарвленої рефлексією. Це не було властиве мистецтву Візантії класичного періоду, однак є характерною ознакою поствізантійського мистецтва.

Внутрішня цільність цього мистецтва була заснована на візантійській системі канонів. Канони зберігали основні ознаки сакрального образу: тип лику, вбрання, схему композиції, притому вводилися додаткові мотиви або акценти [5, 18]. Все це є справедливим і для стінопису церкви Спаса на Берестові 1643–1644 рр.

Хоча розписи цієї церкви – явище еклєктичне, однак поєднання різних стилістичних тенденцій було зроблено переконливо й високопрофесійно. Можемо розглядати це як прояв нової самостійної концепції художнього творчості, виробленої поствізантійським мистецтвом.

#### Список використаних джерел

1. Гусева А. А., Каменева Т. Н., Полонская И. М. Украинские книги кирилловской печати XVI–XVIII веков : Каталог изданий, хранящихся в Гос. б-ке СССР им. В. И. Ленина: В 3-х вып. / ГБЛ. Вып. 1: 1574 – 1 половина XVII в. Москва: 1976.
2. Жолтовський П. М. Монументальний живопис на Україні XVII–XVIII ст. : монографія. Київ : Наукова думка, 1988. 155 с.
3. Кондратюк А. Ю., Остапчук А. М. Реставрації стінопису церкви Спаса на Берестові радянської доби та періоду Незалежності України . *Волинська ікона: дослідження та реставрація. Науковий збірник. Матеріали XVII Міжнародної наукової конференції*, м. Луцьк, 21–22 жовтня 2010 року. Вып. 17. Луцьк, 2010. С. 104–107.
4. Міляєва Л.С. Митрополит Петро Могила і духовне середовище Києва 30–40-х рр. XVII ст. *Хроніка–2000. Український культурологічний альманах*. 2004. Вып. 60. С. 403–418.
5. Поствізантійская живопись: Иконы XV–XVIII вв. из собраний Москвы, Сергиева Посада, Твери и Рязани. Каталог выставки. Центральный музей древнерусской культуры им. Андрея Рублева. Октябрь 1995 года / Отв. ред. Л. Евсеева, авт. вступ. ст. Л. Евсеева, И. Кызласова, М. Наумова. Афины : Домос, 1995. 248 с.
6. Ченцова В. Д., Пітагелєва О. В., Лопухіна О. В. Авторство фресок XVII ст. церкви Спаса на Берестові в світлі нових досліджень. *Лаврський альманах*. Вып. 29. К.: НКПІКЗ, 2014. С. 182–202.
7. Deluga W. Przemiany ikonograficzne w malarstwie cerkiewnym Kijowa w XVII wieku i jego elementy moldawsko-woloskie (текст виступу на міжнародній конференції «Петро Могила і сучасність»). Київ, 14–16. 03. 1996. *Архів наукової частини Національного заповідника «Києво-Печерська лавра»*. (Рукопис).

#### Список ілюстрацій

- Св. вмч. Меркурій. Церква Спаса на Берестові. Розпис нижнього регістру східної стіни внутрішнього нартексу. 1643–1644 рр.
- Благовіщення. Церква Спаса на Берестові. Розпис верхнього регістру східної стіни вітаря. 1643–1644 рр.





**Кисла Світлана Вікторівна**  
доцент, доцент кафедри академічного співу Київської муніципальної  
академії музики імені Р.М. Глієра, заслужена артистка України,  
kysla\_natalja@ukr.net  
orcid.org/0000-0002-7088-4062

**Ареф'єва Анна Юрївна**  
кандидат філософських наук, докторантка Державного  
педагогічного університету імені Михайла Драгоманова  
anna.arefieva@gmail.com  
orcid.org/0000-0003-4619-9281

### **Музична культура як синтез мистецтв**

Засадою здійснення синтезу мистецтв в сценічному просторі виступає поетика як музичний інструментарій творчості композитора. Власне поетику І.Стравінський розуміє за грецьким зразком, як творення. В своїй промові в Кембриджському університеті на кафедрі поетики, де його запросили читати лекції, композитор говорить: «Я не буду забувати, що знаходжусь на кафедрі поетики. Ні для кого з вас не секрет, що поетика в буквальному сенсі слова визначає роблення твору. Дієслово «poesis», з котрого походить слово «поетика» означає ні що інше, як робити (to make). Поетика античних філософів не пропускає ліричних виливів за рахунок природного хисту та сутності прекрасного. Одне і теж слово «poesis», означає не що інше як «витончені» мистецтва і прикладні, воно відноситься до науки і до вивчення певних правил ремесел. Тому поетика Арістотеля постійно повертається до понять індивідуальної роботи, розположення і структури» [3].

Ми використовуємо категорії «музична культура», «пострефлексія» для того, щоб знайти синтагматику, тобто рознесення в різних національних культурних локусах еквівалентних феноменів, осмислити їх в реаліях тої рефлексії, яка виникає після «Музичної поетики» І.Стравінського, формується в рамках художнього синтезу М.Равеля, К.Дебюссі, С.Прокоф'єва, Д.Шостаковича, А.Шнітке, Є.Станковича та ін.

Виникає реальність інтерпретації художньої цілісності твору. Так, якщо горизонталь та вертикаль в музиці розуміються досить метафорично, а інколи неадекватно, то варто намагатись розуміти під горизонталлю не просто кантилену (мелодичність, часовість, відмінювання образних констеляцій), а певний екстенсивний вимір мелодизму. Під вертикаллю частіше всього розуміють поєднання звуків, співзвуччя, акорди, що домінують в творі. Ми будемо бачити вертикаль більш широко – як певну тектоніку. Горизонталь – це екстенсивна метрика виходу у простір, його захоплення, що характерно для всіх глобалізаційних інтенцій культури, а вертикаль – це інтенсивна метрика, духовна інтенсифікація звучної матерії. Вертикаль – це синхронний образ. Така синхронія та діахронія синтетичного музичного образу є важливою, щоб зрозуміти зовнішній та внутрішній сценізм музики.

Звернемося до творчості провідних композиторів ХХ століття, які опікувалися сценічним синтезом мистецтв, в контексті художнього мислення формували феномен пострефлексії постмодерного типу, зокрема до Д.Шостаковича, А. Шнітке, Є. Станковича. Так, Д. Шостакович в опері «Ніс» дає архетипи, концепти, філософську вертикаль музичної, синтетичної метрики синтезу мистецтв, дає образ тої справжньої сакральності, яка маркується в низових карнавальних формах. Кістяк лібрето здійснив сам Шостакович, але йому допомагав ще один лібретист – Євгеній Зам'ятін. Фактично, ми бачимо, що власне із твору Гоголя взята його семантична та міфологічна сутність. Але сценічна тканина опери, образна розгортка драматичної події рефлектує інші гоголівські твори: «Шинель», «Весілля», «Записки божевільного», «Мертві душі».

Всеволод Мейерхольд, на якого орієнтувався Дмитро Шостакович, не міг взяти цю партитуру у роботу, бо був зайнятий іншою роботою. Нам важко сказати, які б образи чикали цей твір, але він вбачається в рамках супрематонів Малевича, світу супрема як антисвіту, позбавленого предметності, світу, який волає, викидає світ «харчовиків» і говорить про більш глобальний, тотальний вимір людського буття. Опишемо персонажі твору як синтетичні сценічно-музичні конструкти.

Платон Кузьмич Ковальов – баритон, Іван Якович, цирюльник – бас, Просков'я Йосипівна, дружина Івана Яковича, – сопрано, квартальний наглядч – тенор, лакей графині – баритон, чиновник з газетної експедиції – бас, вісім двірників, які дають об'яву – басы, поліцейські – басы та тенори, супроводжуючі – без співу, дама, що його супрово-

джує – без співу, пан, що проводить, – без співу, батько – бас, мати – сопрано, перший син – тенор, другий син – баритон, Петро Федорович – тенор, Іван Іванович – баритон, стара бариня – контральто, приживалки (6-8 людей) – сопрано, торговка – сопрано, доктор – бас, Яричкін – тенор, штаб-офіцерша – меццо-сопрано, її донька – сопрано, сім панів – баси і тенори, старий – тенор, перший, що прибув – тенор, другий, що прибув – бас, спекулятор – бас, заслужений полковник – тенор, перший франт – тенор, другий франт – бас, дехто – бас, вісім студентів – баси і тенори, почтенна дама – меццо-сопрано, перший син почтенної дами – бас, другий син почтенної дами – бас, перший знайомий Ковальова – бас, другий знайомий Ковальова – тенор, третій знайомий Ковальова – бас, булочник – бас, гайдук – бас, привратник поліцмейстра – тенор, виїзні – бас, кучер – бас, знайомий Івана Яковича – без співу, дама похилого віку – без співу, тоненька дама – без слів, торговка, що продає манишки – без слів, пожежники – без слів, люди, що моляться, ті, що від'їжджають, проводжають, обивателі, поліцейські, свнухи – хор.

Уже така величезна машинерія абсурдних персонажів і не менш абсурдно прикріплених до них голосів або мовчазного дискурсу інтервалів, в яких проривається сутність події, вражає своїм інструменталізмом, який композитор тут же ідентифікує як гротескний образ.

Якщо взяти духові і інші складові оркестру, то ми їх перерахуємо, щоб дати паралельний ряд – інструментальний. Дерев'яні духові: флейта, флейта-піккало, контральтова флейта in G, гобой, англійський рижок in F, кларнет in B, кларнет-піккало in C, кларнет in A, бас-кларнет in B, фагот. Мідні духові: валторна in F, труба in B, тромбон. Ударні: трикутник, бубен, кастаньети, барабан, трещітка, тарілки, великий барабан, тамтам, дзвіночки, дзвінок, ксилофон, флексатон. Струнні: домбри малі, домбри альтові, дві балалайки, дві арфи, скрипки перші і другі, альти, віолончелі, контрабаси. Клавішні: фортепіано.

Шостакович, без сумніву, був прекрасним геральдично налаштованим композитором, а його композиції як єднання позицій *compositio* (диспозитив як єднання позицій і транспозитив як перехід з однієї позиції на іншу) створює ту синтагматику обміну місць, де виникає образ гідної людини, яка має місце в бутті, і ця людина пише музику.

Якщо порівнювати «Сталевий скок» С. Прокоф'єва і оперу «Ніс», то у них дуже багато схожого: карнавальність, кантеленність, достатньо складна драматична режисура. Так, хор в Ісаакіївському соборі – це авангардний, якщо не постмодерний артефакт. Сценічний синтез формується як пострефлексія – після однієї вистави виникає інша, паралельна.

Ми не дарма звернулися до цих авторів, щоб показати, як поєдналися початок і кінець століття в одній системі пострефлексій, яка сформувалася як діалог з музичними образами початку ХХ століття у Франції. Якщо говорити, що паралельно існував світ А. Шенберга,

Нововіденьської школи, світ першого і другого авангарду, як це зараз номінують, то, звичайно, Шнітке був тим стилістом, синтезатором, який міг поєднати і створити свій особливий сплав, а те, що він створив, композитор зазначив як «полістилістику».

Шнітке в одному з інтерв'ю писав, що бувають такі теми, якими займаєшся все життя і боїшся, що так і не встигнеш їх закінчити. Фауст – це його головна тема і незадовго до закінчення останньої опери «Історія доктора Іоганна Фауста», – опера в 3 актах с прологом та епілогом, лібретто Йорга Моргенера і Альфреда Шнітке до «Народної книги» Іоганна Шписа. Музика одноіменної кантати увійшла в 3-й акт. Прем'єра 22 липня 1995 року в Гамбургському оперному театрі, – композитор цю оперу здійснив як певний акорд або фінал власних філософських роздумів.

Є. Станкович написав всього одну оперу, в якій немає вокальних партій. Композитор вважає, що ця робота виникла випадково в його житті [2]. Втім, у Львові відбулося вже двадцять прем'єр Є. Станкович стверджує: «В Дніпропетровську опера йде теж, але як варіант. Там теж гарний колектив, дуже талановитий диригент і балетмейстер. Адже вони сильно досить переробили подію під своє бачення. У Львові теж все перероблено, але сценічно. Зовсім інші символи у Вовкуна, сучасні, але музика від першої і до останньої ноти залишилася такою, якою була. Постановка ближче до авангардної, сучасної» [1, 5].

Фактично вся музична рефлексія ХХ століття – це проблема фаустівського питання, питання добра і зла поза межами етики землі і хліба, в рамках етики мистецтва, коли людина вільна, коли всі максими універсальні. Не можна урівняти добро і зло, не можна скотитися до нового зороастризму, але фаустівський комплекс не дає спокою нікому, піддає сумніву всі твори. Всі інструменталізації голосів і сценічних подій свідчать, наскільки цей простір можливий і актуальний, потрібний в сьогоденні.

Пострефлексія музичного нонконформізму і взагалі той синтез, який створили Дмитро Шостакович і Альфред Шнітке – це два модули, два полюси прочитування європейського досвіду. Якщо Дмитро Шостакович буквально паралельно створив антисвіт тоталітаризму в ранній опері «Ніс», розбудувавши інструментально-геральдичні образи волі під маскою блазнів, то Прокоф'єв педалює тему блазнів як антисистеми. Цей діалог як протоцілісність сміхової слов'янської культури набуває ознак музичних синтезів у взаємодії гетерохронії та гетеротопії сценічного простору, де багато часів і багато просторових відсилок створюють алузії, натякання, які можна концептуально визначити як певну систему музичного нонконформізму. Але це не лише моральні алузії, а естетичний пошук тотальної сцени, одної, великої, сцени європейської культури, яка формується як танок, новітня сакральна, ритуальна подія. Кантілена, розгорнута по горизонталі як мело-

дика танцю і, навпаки, вертикаль діалогу культур структурована акордами, співзвуччями, мізансценами, позами, жестами, кубістичним силуетом хореографічних інтенцій.

Образ синтезу мистецтв проходить наскрізною лінією у вербальній рефлексії Стравінського в його «Хроніці», «Музичній поетиці», «Діалогах». Така іманентна рефлексія над музичною практикою перетворюється в рефлексію в інше, коли свій досвід потрібно донести всім іншим не лише в плані педагогічної системи, а в контексті розсіювання великих образів музики ХХ століття. Стравінський стверджував, що музику можна зрозуміти тільки музикою, музика виражає тільки те, чим вона є, вона не може змагатися з словом, танком, з чимось іншим. І водночас ми розуміємо, що в музиці звучать голоси всіх інших мистецтв, музична поетика несе в собі вербальний, танцювальний, навіть, скульптурний і архітектурний простір. Все це і стало тою проблемою, яку не можна формалізувати, визначити набір стилів та жанрів, тому і обрана парадигма синтезу мистецтв стає предметом філософської рефлексії композиторів.

#### **Список використаних джерел**

1. Походзей Є. Інтерв'ю з Євгеном Станковичем. Травень 2019 рік. *Архів Є. Походзея*. 10 с.
2. Станкович-Спольська Р.Є. «Цвіт папороті» Євгена Станковича: проблема жанру: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 17.00.03 – Музичне мистецтво. Київ. 2005. 18 с.
3. Stravinsky I. Poetia Musici. Nacid en Oraniesbaum, (Gan Petexsbuxgo, Rasa) el 18 de junio de 1982. URL: [https://monoskop.org/images/e/ee/Stravinsky\\_Igor\\_Poetica\\_musical.pdf](https://monoskop.org/images/e/ee/Stravinsky_Igor_Poetica_musical.pdf)

***Васильківський Анатолій Олегович***  
*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Денисюк Жанна Захарівна,*  
*доктор культурології, в.о. проректора з наукової*  
*та виховної роботи НАКККіМ*

### **Концертні практики як форма культурно-дозвіллевої діяльності суспільства**

Концертні практики є важливою складовою культурно-дозвіллевої діяльності суспільства, яка сприяє культурному збагаченню, соціальній взаємодії, стимулюванню творчості, емоційній гармонії, отриманню публікою насолоди від музики та мистецтва, відчувати зв'язок з культурною традицією тощо. У ХХІ ст. єдиний культурний простір стає одним із ключових понять, логічною та організаційною основою культурної динаміки. У сучасній техногенній культурі з'явилися нові можливості музично-інформаційного збереження (звукозапис та відеозапис), що оминає складні музичні форми, створені людиною протягом історії.



Музичне мистецтво є формою суспільної свідомості, відображенням реальної дійсності, що за допомоги художньо-образних узагальнень викликає у людини емоційне, естетичне відношення до явищ світу.

Сутнісне значення має система взаємин між основними складовими музичної культури – творчістю, виконавством, поширенням та сприйняттям музики, – всі види відносин та зв'язків мистецтва й суспільства тісно переплітаються між собою. На сьогодні концерт та концертні практики є однією з найважливіших форм збереження та демонстрації мистецтва. Для періоду сучасності характерними є зміни в культурі, пов'язані з певним відходом від масових форм та переорієнтуванням на безпосередню взаємодію реципієнтів у ході культурних процесів. З появою комп'ютерної комунікації та віртуального середовища комп'ютерні мережі починають відігравати роль нового простору свідомості та здійснення культурно-творчої діяльності. Як зазначає С.Виткалов, нині змінилися засоби популяризації та презентації художньої творчості, акцентуючи увагу потенційного глядача/слухача на можливості попереднього ознайомлення з бажаним видом мистецтва через соціальні мережі, збираючи значно більшу аудиторію шанувальників і, таким чином, уже на попередній стадії його сприйняття здійснювати відбір художніх програм претендентів, виходячи з власного культурного досвіду чи художнього смаку. Відтак і в цьому сегменті популяризації чи просування конкретного художнього образу у суспільну свідомість, визначальним став певний набір технологічних прийомів, які б робили (чи продовжують це здійснювати і надалі) пропонований продукт популярним, тобто здатним забезпечити успіх митцю [1, с.48].

Розвиток і утвердження концертного виконавства як самостійного виду творчості є складним і тривалим процесом в динаміці культурного розвитку. Сучасні концерти та концертні практики відображають широкий спектр тенденцій у музичній індустрії та культурному житті загалом.

Серед сучасних аспектів, які роблять концерти значущими для суспільства в контексті розвитку креативних індустрій, культурно-дозвілдової діяльності, варто виокремити такі моменти: просування і популяризація мистецтва і культури через концертні форми діяльності як платформи для виступів музикантів, артистів і творчих колективів, що сприяє репрезентації культурних цінностей. Поліпшення соціальної комунікації, яке відбивається в тому, що концерти збирають людей разом, незалежно від їх соціального статусу, віку чи статі, створюючи можливість для соціальної взаємодії. Окрім цього, відвідування концертів дозволяє глядачам насолоджуватися виконанням живої музики або інших вистав, що приносить естетичне задоволення та радість. Концертне середовище створює сприятливу атмосферу для спільної синергії та співпереживання. Аудиторія збирається разом, щоб насолоджуватися музикою та набувати неповторних спогадів. Великі концерти та музичні

фестивалі можуть привертати туристів з різних країн світу, що сприяє розвитку культурного туризму та міжнародної співпраці. Концерти відіграють вагомую роль у вихованні молодого покоління, репрезентуючи їм цінності мистецтва та культури, а також сприяючи їхньому творчому розвитку; концерти можуть надихати аудиторію на творчість та самовираження, стимулюючи їх розвиток у музичному напрямку або інших мистецьких сферах. Концертні практики можуть сприяти популяризації та збереженню культурної спадщини, виконуючи класичні твори та творчість сучасних музикантів, а також відображаючи різноманітність культурних традицій. Концертна індустрія є також значимою галуззю в креативній економіці, створюючи робочі місця для музикантів, організаторів, промоутерів та інших фахівців, а також приносячи прибуток від продажу квитків, реклами та інших джерел.

Сучасні концерти можуть представляти широкий спектр музичних жанрів, від популярної музики та року – до електронної музики та експериментальних жанрів. Це відображає різноманіття музичних смаків та інтересів сучасного аудиторії. Інноваціями у виступах є те, що сучасні концерти часто поєднують в собі музику з іншими видами мистецтва, такими як відеоінсталяції, хореографія, світлове шоу та інші елементи концертних практик.

Однією з важливих складових сучасних концертних практик стали фестивалі, що об'єднують численних виконавців на великих масштабних подіях, де можна насолодитися виступами десятків артистів протягом кількох днів.

Багато концертів сучасності ставлять наголос на інтерактивності та залучення аудиторії. Це може бути у вигляді змагань, ігор, голосувань або навіть можливості співати або танцювати разом з артистами. Серед сучасних комунікативних інновацій концертних практик варто виокремити стрімінгові сервіси, такі як Spotify, Apple Music та інші, що дозволяють артистам та групам дістатися до аудиторії по всьому світу. Це відкриває нові можливості для організації концертів, зокрема для тих, хто має велику базу фанів в інших країнах.

Сучасні концертні практики використовують різноманітні технології для поліпшення якості виступів та взаємодії з аудиторією. Це може включати в себе використання віртуальної реальності, розширеної реальності, інтерактивних додатків для мобільних пристроїв та інше. Серед головних тенденцій сучасного концертного життя України, на думку В.Левко, варто відзначити посилення видовищного компоненту в концертах різних музичних напрямків, у тому числі й академічному, розширення музичної палітри, яка віднині включає давню музику європейської традиції, різноманітні фольклорні напрями, у тому числі і неєвропейські, розширення концертних осередків, до яких долучаються музеї, храми, культурні центри, відкриті майданчики, популярність таких форм, як «концерт плюс» [2, с.99].

Ці та інші аспекти відображають сучасні тенденції у концертних практиках, які враховують інтереси та потреби сучасної аудиторії, а також використовують нові можливості, які відкриваються завдяки технологічному розвитку та культурним інноваціям. Концерти є надзвичайно популярною формою дозвілля для публіки будь-якого віку та інтересів у всіх країнах. У цілому концерти є важливою формою дозвілля, яка не лише допомагає людям розважитися та релаксувати, але й сприяє їхньому особистісному розвитку та соціальній взаємодії.

#### **Список використаних джерел**

1. Виткалов С. Сучасна концертна практика як елемент суспільних змін. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2022. Випуск 40. С. 47-52.
2. Левко В.І. Актуальні тенденції концертного життя України кінця XX – початку XXI століття. *Культура і сучасність*. 2016. № 1. С. 98-104.

#### ***Васкяліте Валентина***

*аспірантка Київського національного  
університету культури і мистецтв*

*vaskjalite@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0002-9409-1286>*

*Науковий керівник: Лагутенко Ольга Андріївна,*

*докторка мистецтвознавства, професорка*

*Національної академії мистецтв та архітектури*

### **Дизайн як синтез мистецтв: досвід баухаузу**

Багато теоретиків (зокрема англійський теоретик Кеннет Фремpton) приписують Баухаузу суто функціоналістську парадигму формотворення [2]. Це не зовсім так, зокрема про це свідчить в своїх промовах Вальтер Гропіус, які здійснював вже після того, як емігрував з Німеччини. В Гарварді він пише що тоді не вживали слово «дизайн», не вживали слово «синтез», не вживали поняття, яке можна було б охарактеризувати як сьогоденні імплікації синтетичних реалій формотворчості. Вживали слово «Gesamtkunstwerk», за Ріхардом Вагнером. Загальний твір мистецтва ставав альфою і омегою формотворення. Зрештою, ключовим словом дизайнерської концепції Гропіуса стає «формотворення».

Утім, європейський досвід Баухаузу є синтетичним, як і досвід синтетики українського дизайну. Звичайно, можна йти різними шляхами щодо опису формотворчих реконструкцій. Частіше всього звертаються до періодів Баухаузу, визначають їх пріоритетні напрямки, але сутність зовсім в іншому. Так, існує об'єктний підхід мистецтвознавчої дескрипції, коли інституції і школи характеризуються своїми здобутками і розгалуженням в контексті інших шкіл, інших реалій культуротворення дизайну як проектної дисципліни. Адже існує й

суб'єктивний підхід, коли можна відчути сам нерв творчості, драматичне існування синтезу мистецтв, який здійснюється на межі зламу систем, формотворчих трансформацій класичної культури.

В чому полягає сутність синтезу мистецтв в дизайні? Якщо просто і ясно сказати: у відкритості намагань здійснити образний аналог єдності ремісничого, міфотворчого та авангардного витоків формотворчості в архітектурному, предметному середовищі, дизайні одягу, графічному дизайні тощо.

Надамо декілька витримок з листування В. Кандинського та А.Шенберга. «18.01.1911. (Ми опускаємо тут преамбулу Кандинського: «Вельмишановний пане професор, я прошу прощення, що, не маючи задоволення знати Вас особисто, звертаюся до Вас напряму»). Далі йде текст, який подаємо з певними купюрами. «В своїх творах Ви здійснили те, чого я, нехай і в неясній формі, так нетерпляче очікував від музики. Незалежне слідування за власними долями та самостійне життя окремих голосів у Ваших композиціях – саме цього я намагаюся досягти у живописній формі. Зараз у живопису наявним є міцне прагнення знайти на шляхах конструктивізму «нову» гармонію, при цьому ритмічність вибудовується на майже повністю геометричних формах. Щодо мене, я лише частково поділяю ці почуття та устремління. Конструкція – це те, чого живопису останнім часом так відчайдушно не вистачало. І дуже добре, що тепер її шукають. Але сам тип конструкції я уявляю собі інакше». «Я вважаю, – пише він, – що в наш час гармонію можна знайти не «геометричним» шляхом, а як раз антигеометричним, антилогічним» [1].

В. Гропіус пише: «Так, в 1919-му році був урочисто відкритий Баухауз, зі спеціальним завданням зрозуміти сутність мистецтва архітектури, котра відповідно людській природі охоплювала б собою всі проявлення життя. Школа добровільно зосередила свою увагу на тому, що є зараз суттєвою необхідністю – на запобіганні поневолення людини машиною шляхом рятування масового виробництва і побуту від анархії механізації і повернення їх до сенсу, почуття і життя» [3].

Тобто архітектурні, художньо-промислові (так тоді це визначалося) школи несли в собі образ вагнерівського твору мистецтва, який визначався як Gesamtkunstwerk, всезагальний образ-синтез мистецтва і життя. Це і було образом синтезу, але він знов-таки не визначався як дизайн. Що треба було, щоб суспільство сколихнуло свою уяву, почало вживати це слово? Важко сказати. Це і мода на слова, і мода взагалі на складні ситуації формотворчості.

Вже Петер Беренс є одним із тих, хто продукував шлях синтезів, а Вальтер Гропіус мріяв в ті часи про створення школи, яка б поєднувала ідеали абстрактного, безпредметного мистецтва і водночас ремесло. Це було настільки несподівано, настільки катастрофічно, що виглядало нісенітницею. Але шлях до наступних синтезів в дизайні проходив

через безпредметність, через відмову від предмету для того, щоб зайнятися саме предметним синтезом в дизайні, як би це не виглядало парадоксальним. Це досить цікавий, і можна сказати, дивний парадокс. Тобто формувався своєрідний «сакральний» простір в рамках повсякденної «сакральності» архітектури, де всі були захоплені ремеслом, а ремесло як вміння, майстерність бажало бути надмірним образом духу, який спускається на людину як благодать, як сутність, як те, що несе в собі всезагальні маніфестації прояву духовних витоків.

Тобто це нове мислення. Єдність мистецтва і життя як синтез мистецтв фактично була єдністю мистецтв і ремесел, або конструктивно-будівної діяльності ремісника і творчості наміряного абстракціоніста. Такими були, наприклад, Кандинський, Моголі-Надь, Пауль Клеє і інші. Тобто в Баухаузі сформувалося намагання здійснити єднання техніки (це техне давньогрецького зразка), мистецтва і ремесел.

Як би нам не хотілося називати цей синтез романтичним, він пройшов через випробування веймарського періоду (1919-й – 1925-й рік). Вальтер Гропіус, Ханнес Майер, Людвіг Міс ван дер Роє намагалися здійснити певну гіперпрограму синтезу мистецтва і техносвіту. В ті часи в Баухаузі викладали І. Іттен, Л. Моголі-Надь, Пауль Клеє, Георг Мухе, Й. Альберс, В.Кандинський, Л. Файнінгер, Оскар Шлеммер, Г. Маркс, Й. Шмідт, Г.Штельцль, Л. Шайер, Тео ван Дісбург і інші.

Досвід Дессау 1925-го – 1932-го року – більш стислий, більш драматичний, можна сказати, імпульсивний період. Тут романтизм Баухаузу зникає, але не замінюється функціональним комплексом. Виникає загальний образ симбіозу ремесла і мистецтва, який стає класичним образом, якщо не функціоналізму, то певного стилю, який легко порівняти зі стилем модерн, хоча ці порівняння достатньо поверхові. Можна сказати, що в ці часи виникає трансформація розбіжностей керівників цього закладу і політичної верхівки, яка вже явно проводила нацистські ознаки селекції творчості, і на цьому цей шлях закінчується.

Втім, Баухауз не закінчується з його існуванням в рамках Німеччини. В.Гропіус емігрує в Англію, а в 37-му році в Америку, де в Академічній школі дизайну на посаді декана працює десять років. Там він утворює групу «The Architects Collaborative, Inc.» (ТАС). Фактично, глобальний дизайн, як його вже стали називати в той час за англійською транскрипцією, стає образом Баухаузу. І всі його намагання ідентифікувати цю нову транскрипцію «design» зовсім не мали промисловий і функціональний контекст, а, будемо казати, – синтетично-фантазмагоричний та організмично-структурний образ сучасної проблеми формотворення. В Сполучені Штати Америки переїжджає Ласло Моголі-Надь, де створює ще один Новий Баухауз у Чикаго, цей талановитий дизайнер і фотограф аж до 46-го року опікувався Інститу-

том дизайну. Людвіг Міс ван дер Роє теж був одним із лідерів Чиказької школи.

Особливо важливо сказати про Баухауз в Ізраїлі. В 30-ті роки сюди приїжджає з Німеччини декілька архітекторів, які формують свою особливу лінію, яку означили як функціоналізм, але за цим стоїть набагато більше. Єврейський андерграунд дизайну вийшов за межі тортур нацизму, можна сказати, що цей симбіоз дав свої плоди.

Якщо говорити про Баухауз в СРСР, то сюди приїхали Х. Майер з сьома учнями, а також Б. Шефлер і Ф. Тольцинер, які працювали, поки багатьох з них не репресували. Якщо говорити про імпліцитний вплив Баухаузу на розвиток дизайну в Україні, то це формування досвіду проєктування у Харківському художньо-промисловому інституті.

Можна підсумувати і сказати, що формотворчі ідеї Баухаузу не є ані суто педагогічними, ані суто пропедевтичними, вони є синтетичними. Ці ідеї дали поштовх дуже багатьом інституціям. Зокрема, це школа формотворення в Ульмі, а також виникнення цілого каскаду архівів, музеїв Баухаузу. Це і Дармштадт, 1960-й рік, і Берлін, 1971-й рік, і віртуальний медіа-Баухауз, який стає своєрідним образом світу. Пройшло багато вистав, досвід Баухаузу і зараз є одним із серйозних заявок на те, що формується достатньо могутня і структурна кодифікація, структурна конструкція освіти дизайнера.

#### **Список використаних джерел**

1. Arnold Schoenberg / Wassily Kandinsky: Letters, Pictures and Documents Paperback – January 1, 1984. by Jelena Hahl-Koch (Editor). URL: [https://archive.org/details/arnoldschoenberg0000scho\\_i9h6/page/n7/mode/2up](https://archive.org/details/arnoldschoenberg0000scho_i9h6/page/n7/mode/2up)
2. Frampton Kenneth. Modern Architecture: A Critical History. Fifth edition. London : Thames & Hudson. 2020. 736 p.
3. Grohnius Walter. Scope of total arshitecture. URL: [https://monoskop.org/images/4/41/Gropius\\_Walter\\_Scope\\_of\\_Total\\_Architecture.pdf](https://monoskop.org/images/4/41/Gropius_Walter_Scope_of_Total_Architecture.pdf).

***Висоцький Олександр Анатолійович***

*аспірант НАКККіМ*

*dkr3122.ovysotsky@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Дичковський Степан Іванович,  
доктор культурології, професор, професор кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Проектна діяльність як практика ціннісно-орієнтованого культуротворення**

Проектна діяльність є одна з пріоритетних і найперспективніших засобів ефективного культуротворення та продуктивної професійної діяльності. Розглядаючи проєктну діяльність через призму створення та просування культурних практик, ми наголошуємо на винятковому

значенні їх ціннісно-орієнтованій місії, цілепокладанні та здійсненні проекту. Проектування в культурі визначається інноваційністю, креативністю, сталістю культурного проекту.

Культурний проект є тією перспективною ініціативою, яка здатна вирішити різні виклики, стимулювати розвиток локальних культурних просторів, забезпечувати культурні потреби людини, формувати її ціннісні пріоритети.

Дослідження феномену цінності, ціннісно-орієнтований культуротворчий інструментарій є актуальним і перспективним для культурологічного знання. Українські вчені, практики звертаються до осмислення ціннісних трансформацій в культурі, актуалізуючи світові тенденції, їх пріоритетність в культуротворчих процесах.

Так, за підтримки Українського культурного фонду було реалізовано проєкт «Світове дослідження цінностей», головна ідея якого полягала у виявленні і осмисленні цінностей окремих суспільств за різними тематичними блоками та індикаторами, вплив стабільності або трансформація цінностей на розвиток держав [4].

Осмислюються ціннісні трансформації і представниками вітчизняної культурології. Зокрема, доктор культурології Ольга Копієвська досліджуючи трансформаційні процеси в культурі визначає виняткове значення ціннісної моделі в культурних трансформаціях. Модель ціннісної трансформації вчена розглядає в контексті індивідуальних цінностей особистості, які відповідають її різноманітним потребам, принципам, ідеалам та настановам. В основі ціннісних трансформацій лежить процес консолідації, якій здійснюється через закріплення системи цінностей, культурних зокрема. Наголошує вчена і на радикальних ціннісних трансформаціях, які на її думку призводять до «дестабілізації суспільства, хаосу в суспільних відносинах, загальної маргіналізації, втрати етнічної ідентифікації» [2, с. 144].

Ольга Копієвська слушно наголошує на важливості формування ціннісного фундаменту локальних культурних практик, що на думку вченої дозволить сформувати ціннісно-орієнтоване суспільство [1].

До проблематики ціннісних трансформацій звертається доктор філософії Валерій Сіверс. Вчений характеризує цінність як процес її здійснення, наголошує на тому, що її розуміння й описовість не може бути охарактеризованна таким поняттями як сталість, доконаність, завершеність. Сутністю цінність вчений розглядає через: людський енергетичний перенос та реалізацію, виконання заданості призначення людини як остаточної інстанції інтерпретації ціннісного імпульсу образу. Вчений вважає, що саме таким чином можна знайти топологічний простір реалізації цінності [5, с. 4].

Зважаючи на різний культурологічний контекст розгляду феномену цінностей, проєктна діяльність як практика ціннісно-орієнтованого культуротворення культурологами не розглядалась. Проєктна діяль-

ність, її ціннісні-орієнтації розглядаються переважно представниками економічних наук, де осмислюється цінність проекту з позицій різних зацікавлених сторін, цінності людських ресурсів, динамічного і статичного зростання цінності проекту тощо. Дослідники розробляють авторські моделі збалансованої оцінки успішності проектів на основі методичних індикаторів цінності, практичним акцентом яких є: «ідентифікація цінності (місія та стратегічні цілі, аналіз стейкхолдерів, складання збалансованих карт, економічна оцінка тощо); підбір і впровадження механізмів для управління цінністю; підбір параметрів для оцінки цінності (КРІ); відстеження цінності (на етапі роботи над проектом); підтримка продукту після введення в експлуатацію; управління знаннями; оцінка створеної цінності» [3, с. 41].

Особливу увагу до ціннісно-орієнтованого спрямування проектної діяльності приділяє Український культурний фонд. В методичних рекомендаціях «Як управляти проектом УКФ» наголошується про ціннісний підхід при підготовці проекту, зокрема акцентується на тому, що державна підтримка культурних проектів повинні транслювати і розділяти демократичні цінності, повагу до різних соціально-вікових категорій та етно груп [6, с. 5].

Досліджуючи проблематику проектної діяльності в дискурсі практик ціннісно-орієнтованого культуротворення можна констатувати про визначальну місію і значення культурних проектів в їх глобально-локальному значенні. Транслювання демократичних, суспільно-державних, національних, культурних, моральних цінностей через культурні проекти і є тим культуротворчим інструментом, який дозволить нам визначити сенс нашого життя та змістовно наповнювати його унікальним, витонченим українським.

#### Список використаних джерел

1. Копієвська О. Р. Поняття «локальне» в контексті сучасних культурних практик та креативних ініціатив. Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24 квітня 2017 р.). Київ : НАКККІМ, 2017. С. 64–67.
2. Копієвська О.Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис. д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
3. Олех Т. М., Колеснікова К. В., Мезенцева О. О., Гогунський В. Д. Розробка моделі збалансованої оцінки успішності проектів на основі методичних індикаторів цінності. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. 2021. № 1(3). С. 39–48.
4. Світове дослідження цінностей 2020 в Україні: проєкт / Л. Акуленко та ін. Київ, 2020. 216 с. URL: <http://ucep.org.ua/doslidzhennya/world-values-survey-2020-in-ukraine.html> (дата звернення : 12.02.2024).
5. Сіверс В. А. Символічні трансформації цінності. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. 2011. № 3. С. 3–8.
6. Як управляти проектом за підтримки УКФ / Український культурний фонд. URL: <https://ucf.in.ua/storage/docs/02072020/Як%20управляти%20проектом%20за%20підтримки%20УКФ.pdf> (дата звернення : 12.02.2024).



*Боришполь Ганна Іванівна*  
*аспірантка кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ*  
*dkr3121.hboryshpol@dakkkim.edu.ua*  
*<https://orcid.org/0000-0002-9014-6657>*

*Науковий керівник: Садовенко Світлана Миколаївна,*  
*доктор культурології, професор, професор*  
*кафедри режисури та акторської майстерності*  
*імені народної артистки України Лариси Хоралець*  
*Інституту сучасного мистецтва НАКККіМ*  
*заслужений діяч мистецтв України*

## **Феномен суспільного ідеалу України XX – початку XXI століття в аспекті екзистенційних вимірів української філософської традиції**

Мета дослідження – дослідити феномен суспільного ідеалу в хронології культури України початку XXI століття в руслі української філософсько-літературної спадщини і означити культурологічні джерела цього феномену, які походять з синкретичної єдності філософського та літературного аспектів української традиції філософського мислення. В основу методології дослідження покладено загальнонаукові та спеціальні методи та прийоми (зокрема, діалектичний, феноменологічний та порівняльно-історичний методи, системний підхід, прийом культурфілософської рефлексії та інтерпретації). Обстоюється думка, що в межах українського екзистенціалізму отримують автентичну інтерпретацію ідеї, що виникають та розвиваються в європейській філософській традиції і створюють структури екзистенційно-гуманістичної спрямованості української ментальності та підґрунтя соціокультурного феномену суспільного ідеалу України XX – початку XXI століття.

Ключові слова: соціокультурний феномен, суспільний ідеал, хронологія культури, ментальність, менталітет, екзистенційність, гуманізм, кордоцентризм, антеїзм, українська філософська традиція.

Намаганням досягнути витоки різнорідних ідей щодо сприйняття дійсності та розуміння суті буття у цьому світі українським суспільством, закономірностей творення та проявлення суспільного ідеалу в хронології культури України XX – початку XXI століття актуалізує проблематику екзистенційного культурфілософствування, яке базується на руйнуванні світоглядних інституцій – цінності людського життя та віри у всемогутність людського «раціо», про свідчить європейський та український літературний спадок «lost generation» (Gertrude Stein, Гертруда Стайн, амер. письменниця) першої половини XX століття (Е. Гемінґвей, Е.-М.Ремарк, Ф.Фітцджеральд, О. Турянський, П.Целан, В. Підмогильний, В. Домонтович). Е.-М.Ремарк писав: «Ми хотіли було воювати проти всього, що уособлювало наше минуле – проти

брехні і самолюбства, корисливості і безсердечності.; ми стали жорстокими і не довіряли нікому, окрім найближчого товариша, не вірили ні у що, окрім сил, які нас ніколи не обдурювали, як небо, тютюн, дерева, хліб і земля...».[5, с.89] Чому ж ця тема настільки близька нам сьогодні? Невже, через сто років, від початку Першої світової, у серці Європи виникає *нове* «втрачене покоління»? Напевно через те, що в умовах ХХІ століття в Україні справді визріває нове покоління «втрачених письменників». Очевидно, що діти української Незалежності, покоління 20-25 річних сьогодні витворюють нову історію української держави, але багато з них перебувають в окопах російсько-української війни, і саме це вирізняє нову генерацію український інтелектуалів-екзистенціаналістів.

Розглядаючи феномен філософії екзистенціалізму, В. Артюх [1] зазначає, що в основі екзистенційного світовідчуття та рефлексії «межових ситуацій» українськими інтелектуалами, є власний досвід переживання та осягнення викликів хронотопу культури (воєн, революцій, економічних криз, голодоморів тощо). М. Шлемкевич подає опис зразків екзистенціального існування української людини. У дослідженні «Загублена українська людина» він, виділяючи історичні «типи українців», доводить, що саме характери «гоголівської», «сковородинської» і «шевченківської» людини впливають на наше світосприйняття: «шевченківська людина» має характер сучасного українства. Ця «нова людина, чекала апостолів правди й науки ... для перетворення світу й життя на основі нового, праведного закону» [6, с. 322].

Далі М. Шлемкевич замислюється над тим, що ми вкладаємо у поняття «українська душа». Шлях пошуку приводить автора до переконання, що найкраще ми пізнаємо себе шляхом порівнянь з іншими і шляхом протиставлень. Дослідник загострює увагу на загубленості українців у своїй власній праматерії: «загублена українська людина живе в нас» [6, с. 318]. М. Шлемкевич доводить, що українська ментальність особлива: її представники відрізняються індивідуалізмом і самовпевненістю.

Погоджуємось, що провідною ідеєю українського менталітету, який практично репрезентується феноменом суспільного ідеалу, є ідея необмеженої свободи, визнання рівного права кожної людини в суспільстві. Ця настанова, як своєрідний принцип індивідуальності, сформувалась у глибинах побутування предків сучасного українства. Праця на родючих землях сприяла утворенню малих спільнот українців, де самоцінним вважалася людина з її толерантним ставленням до Іншого. Індивідуалізм, з урахуванням особливостей психіки українців, сприяв розвитку творчого духу, здійсненню особистого вибору рішень за внутрішньо прийнятим ідеалом: здатність та усвідомлене бажання брати на себе відповідальність за вибір і результати діяльності і за життя суспільства. Творчий індивідуалізм – це ініціативність, самостійність, наполегливість, уміння володіти і керувати собою. Творчий індивідуа-

лізм українця – це особиста незалежність і шанування свободи кожної людини як чогось священного і недоторканого. Протягом віків народний світогляд видозмінюється, але й є такі риси в українській ментальності, що залишаються непохитними. Такими українськими національно-світоглядними настановами більшість дослідників вважають: екзистенційність, кордоцентризм, індивідуалізм, гуманність, демократизм, волелюбність, толерантність та миролюбність, милосердність та інтровертизм. [3, 4, 7, 8]

Висновки. Український екзистенціалізм – це те явище, яке увібрало в себе усталені ментальні риси українців, пов'язане з символізмом життя, і апелює до «внутрішньої української людини», її кордоцентричності, інтровертизму та творчого індивідуалізму, антеїзму. Вбачаємо правомірність екзистенційного підходу до українського екзистенціалізму як синкретичної єдності філософського та літературного аспектів української традиції філософського мислення. Витоки українського екзистенціалізму зароджуються в межах національної культурфілософської традиції, відштовхуються від агіографічної літератури, триває через антропоцентричні концепції Г. Сковороди, Т. Шевченка, Л.Українки, екзистенційного кордоцентризму П. Юркевича, П. Куліша, вбираючи у себе трагізм світовідчуття епох та українських реалій ХХ – початку ХХІ століття.

Підхід до використання українського екзистенціалізму як феноменального джерела соціокультурного простору, що є дотичним до європейської, але створив власну автентичну культурфілософську концепцію, яка ґрунтується на особливій ментальності та менталітеті українського народу, вбачається виправданим в аспекті пошуку змістоутворюючих структур феномену суспільного ідеалу в хронотопі культури України ХХ – початку ХХІ століття, оскільки це «робить можливим людське життя і стверджує, що вся істина та будь-яка дія передбачають певне середовище та людську суб'єктивність» (за Ж. Сартром).

#### Список використаних джерел

1. Артюх В. О. Філософія історії екзистенціалізму та її українські аналоги. // Вісник ХНУ ім.В. Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки», 2014 <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2135>
2. Лисоколенко Т. В. Гра в екзистенціалізмі: особливості сприйняття світу. // Вісник ЛУ. Серія філос.-політолог. студії. 2020. Вип. 32. С. 51–55
3. Забужко О.С. Філософія української ідеї та європейський контекст: франківський період. Київ: Основи, 1993. 123 с.
4. Садовенко С.М. Хронотопи акціосфери української народної художньої культури: Монографія. Київ: НАКККіМ, 2019. 356 с.
5. Ремарк Е. М. Три товарища. Київ: Радянський письменник, 1960. 430 с.
6. Шлемкевич М. Загублена українська людина. Хроніка 2000. Україна: філософський спадок століть. 2000, 39-40. С. 317-339.
7. Чижевський Д. Філософські твори: у 4т. Київ: Смолоскип, 2005. Т.1. 402 с.
8. Ostapchuk G., Efimenko I. Existential motives of ukrainian philosophical culture and its harmony with european trends. // Науковий часопис НПУ імені МП Драгоманова. Серія 7: Релігієзнавство. Культурологія. Філософія. 2016. №. 36. С. 78-87.

*Горб Євген Сергійович*  
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії  
Маріупольського державного університету,  
запрошений дослідник Французького Центру Досліджень  
в Гуманітарних і Соціальних Науках (CEFRES),  
м. Прага, Чеська Республіка  
eshorb14@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-9782-9194>  
Науковий керівник: *Сабадаш Юлія Сергіївна*,  
докторка культурології, професорка,  
завідувачка кафедри культурології  
Маріупольського державного університету

## **Бубер vs Бахтін: філософські витoki категорій діалогу та діалогічності у культурологічній науці**

Категорія діалогу була відома людству з сивої давнини і намагання відшукати витoki діалогіки у Сократа є цілком обґрунтованими, проте остаточного оформлення філософія діалогу набула лише у ХХ столітті, а точніше у третій його декаді. Необхідно констатувати, що діалогіка так і не перетворилася на один із домінуючих чи популярних напрямів філософії. Навіть коли ми ведемо мову про найбільш знаних представників філософії діалогу (наприклад, М. Бубера), то їх популярність пов'язана аж ніяк не з їх філософськими трактатами, але з іншими сферами активності – політичною, публіцистичною, перекладацькою тощо [1, 19].

Вважається, що першопочатки філософії діалогу спостерігалися у хасидському вченні і Мартин Бубер (1878-1965), який на сьогодні визнаний класиком діалогіки, займався саме юдейською екзегетикою – тлумаченням священних текстів. Внаслідок роботи над єврейськими релігійними текстами мислителю вдалося сформуванати власне філософське вчення, основні положення якого були викладені у трактаті «Я і Ти». Центральною темою для Бубера було дослідження відносин суб'єкту (індивіда) з навколишнім світом. Філософ виділив дві основні, на його думку, моделі діалогу – Я / Ти та Я / Воно. Завдяки цьому діалогу суб'єкт усвідомлював власне існування (буття) та відкривав шлях до пізнання світу інших буттів [3, 12].

Одним із фундаментальних концептів філософії діалогу є «безпосередність». Завдяки безпосередності «зустріч» відрізняється від випадкового «стикання». Постулат безпосередності до філософії діалогу ввів саме Мартин Бубер, аби відділити досвід від діалогічних відносин. Таким чином, ми б нічого не дізналися, якби не були зацікавлені у пізнанні, нічого б не зауважили, якби перед цим наша увага не була на щось спрямована. Отже, пізнання неможливе без попереднього знання (передзнання) [4, 143-144]. Ці логічні умовиводи ідеально вкладаються

у контексти міжкультурної комунікації – діалог культур можливий лише тоді, коли хоча б одна зі сторін у цьому діалозі була зацікавлена.

Для інтеграції діалогіки у культурологічний контекст важливим є наявність концепту «пограниччя (фронтиру)». Концепцію культури фронтиру можна вважати практичним втіленням філософії діалогу, оскільки пограниччя культур – це місце зустрічі Я з Іншим, при чому роль Я, або Іншого може виконувати як індивід (людина), так і група індивідів, або культура. Звернення до тематики пограниччя дозволяє нам розширити коло «класиків» діалогіки.

У цьому контексті неможливо оминати увагою наукової творчості Михайла Бахтіна, яка характеризувалася виразно міждисциплінарним підходом до поняття діалогу, а концепт фронтиру займав у ній одне з центральних місць. Розглядаючи людину як основну одиницю та носія культури ми можемо погодитися з твердженням Бахтіна, що все життя людини – це перебування на пограниччі своєї та іншої свідомості (дихотомія Я / Інший). Міжкультурний діалог – це діалог з Іншим, внаслідок якого людина більше дізнається про себе самого, про свою культуру. За Бахтіним, зустріч двох індивідів (культур) починається з тяжіння до розуміння світогляду партнера діалогу, його ситуації. Потім «Я» знову повертається до власної свідомості, намагається поглянути на «Іншого» зі своєї перспективи та, врешті решт, один з індивідів завжди буде намагатися домінувати над іншим. Так і під час зустрічі двох культур – прагнення до рівності та взаєморозуміння залишається лише прагненням та кінцевою метою, якої неможливо досягти.

В процесі діалогу двох індивідів (культур), відповідно до концепції М. Бахтіна, більш слабка, здомінована культура ніколи не опиняється в ситуації, коли її повністю поглинає інша культура, оскільки Іншого ніколи не можна пізнати так, як себе самого. Культура, яка підкорилася – формує нове пограниччя. Своєрідну інтерпретацію цих ідей Бахтіна запропонувала американська літературознавиця Керіл Емерсон, коли писала, що індивід (читай «культура»), яка прагне до збагачення свого світогляду має шукати і вступати в контакт з іншими індивідами, які максимально різняться один від одного. На думку К. Емерсон, людина фронтиру – це найбільш відкрита до всього нового особистість, яка володіє багатьма мовами (тут «мова» мається на увазі не у прямому значенні, але у сенсі способу передачі інформації, досвіду) [2, 5-8].

Отже, завдяки умовиводам М. Бахтіна культурологічна наука отримала нову методологію досліджень проблем міжкультурної комунікації, в якій остання є лише інструментом до пізнання власної культури. Комунікуючи з чужою культурою ми, таким чином, можемо поглянути на свою очима Іншого і дати відповідь на питання, ким ми є. Бахтін був текстологом і методологія Бахтіна є цілком придатною

для аналізу будь якого тексту іншої культури. Спершу цей текст ми розуміємо з точки зору того контексту у якому він створювався, а вже потім інтерпретуємо його у площині власної традиції. Цей підхід можна назвати розширенням інтерпретаційних горизонтів.

#### **Список використаних джерел**

1. Glinkowski W. P. Człowiek w dialogu. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2020. 309 s.
2. Orłowski A. Fascynacje pograniczem w dwudziestowiecznej myśli filozoficznej i antropologicznej – Bachtin, Todorov, Buber, Levinas. Pogranicze. Polish Borderlands Studies. 2016. T. 4. Nr. 1. S. 5-23.
3. Parzych-Blakiewicz K. Teologia dialogu. Olsztyn: Wydział Teologii UWM Olsztyn, 2016. 188 s.
4. Sutter G. Wirklichkeit als Verhältnis. Der dialogische Aufstieg bei Martin Buber. München: Verlagsbuchhandlung Anton Pustet, 1972. 201 s.

*Дюкареєв Тимофій Миколайович*  
аспірант НАКККиМ  
*yadukarev@gmail.com*

*Науковий керівник: Карпов Віктор Васильович,*  
*доктор історичних наук, в.о. завідувача кафедри*  
*креативних культурних індустрій НАКККиМ*

### **Лондон як визначальний центр міжнародного артринку в XVIII столітті**

XVIII століття вважається одним із ключових точок для розуміння еволюції міжнародних ринків мистецтва. Це століття характеризується значними геополітичними та економічними змінами, які кардинально вплинули на культурні центри Європи. Лондон став домінантним центром міжнародного артринку завдяки унікальній комбінації історичних, культурних, та економічних умов, які спільно сприяли його піднесенню та консолідації цієї ролі у глобальному контексті. Ця теза буде підкріплена аналізом основних історичних факторів, що вплинули на розвиток артринку в Лондоні, включно з промисловим розвитком, морською домінацією, культурним збагаченням, правовими рамками та важливістю геополітичних змін.

Економічне зростання. Промислова революція, що розпочалася у Великій Британії у 18 столітті, кардинально змінила економічний ландшафт, піднявши країну до рівня промислового лідера. Ця трансформація призвела до накопичення багатств, що значно збільшило кількість людей, здатних та бажаючих інвестувати в мистецтво [1]. Нові промислові технології не лише підвищили загальне багатство, але й забезпечили засоби для масового виробництва та зниження вартості товарів, що, у свою чергу, збільшило загальний споживчий попит, включаючи попит на мистецтво. Розвиток фінансових інститутів також відіграв значущу роль у підтримці цього нового економічного

багатства. Банки, страхові компанії, та інші фінансові організації не тільки сприяли міжнародній торгівлі, але й створили стабільну систему для інвестування у розкішні товари та мистецькі твори. Ці інститути дозволили капіталу вільно переміщатися, підтримуючи тим самим ринок мистецтва та колекціонування, який став все більш глобалізованим та різноманітним.

Морське домінування. Британський флот відіграв ключову роль у встановленні морського домінування Великої Британії, що стало однією з головних причин її економічного та культурного процвітання у 18 столітті. Контроль над важливими морськими шляхами дозволив Британії імпортувати екзотичні товари, мистецтво та розкішні предмети з усіх кінців світу [2]. Це збагатило місцеві колекції та аукціони, зробивши Лондон головним європейським центром для колекціонерів та торгівців мистецтвом. Морська перевага також забезпечила Британії стратегічні переваги в міжнародній торгівлі та політиці, що додатково стимулювало культурний та економічний розвиток країни.

Культурне збагачення та меценатство. Створення Британського музею у 1753 році стало важливим кроком у культурному збагаченні Великої Британії, відіграючи ключову роль у збереженні та експонуванні мистецьких та археологічних колекцій з усього світу [3]. Це не лише сприяло освіті та культурному розвитку, але й привертало увагу публіки і колекціонерів до аукціонів. Королівська родина та британська аристократія відіграли значну роль у популяризації мистецтва, активно підтримуючи художників, виставки та аукціони. Їх меценатство не лише збільшувало попит на мистецькі твори, але й підвищувало статус мистецтва як престижного активу. Це меценатство стало однією з причин, чому аукціонні будинки, такі як Sotheby's та Christie's, змогли стати центрами міжнародної торгівлі мистецтвом.

Інновації у торгівлі мистецтвом. Лондонський артринок зіграв ключову роль у формуванні сучасної глобальної торгівлі мистецтвом, впровадивши ряд інновацій, які стали стандартами у цій галузі. Один із значущих внесків Лондона полягає у створенні перших сучасних мистецьких аукціонів, зокрема аукціонних будинків, таких як Sotheby's та Christie's [4]. Ці інституції були піонерами у розробці методів оцінки, каталогізації та продажу мистецьких творів, що сприяло підвищенню прозорості та довіри серед учасників ринку. Крім того, Лондон відіграв важливу роль у розвитку міжнародних виставок та ярмарків, що дозволило мистецтву перетинати національні кордони та досягати глобальної аудиторії.

Геополітичні та культурні зміни. Історична траєкторія переміщення культурних і мистецьких центрів Європи з Антверпена до Парижа, а потім до Лондона відбиває значущі соціальні, політичні та економічні трансформації [5]. Антверпен у 17-му столітті був ключовим торговим та фінансовим вузлом, але його позиції підірвані релі-

гійними конфліктами та економічними проблемами. Париж, завдяки потужній підтримці монархії, взяв естафету лідерства, проте політична нестабільність під час Французької революції та наступні конфлікти перевели центр уваги на Лондон. Стабільність, промислове зростання та морське переважання Великобританії зробили Лондон світовою столицею мистецтва приваблюючи колекціонерів та художників з усього світу.

*Висновок.* Упродовж 18 століття Лондон виокремився як домінуючий лідер на глобальному артринку завдяки унікальній комбінації економічного зростання, морського домінування, культурного збагачення, правових інновацій та геополітичних змін. Використовуючи свої ресурси і географічне положення, Лондон став магнітом для міжнародних інвестицій у мистецтво, підтримуваним сильними фінансовими інститутами та стабільною правовою системою. Ці чинники разом засвідчують Лондон як центр мистецької інновації та культурного лідерства, вплив якого відчувається в усьому світі й донині.

Розуміння історичної траєкторії Лондона у формуванні глобального артринку може допомогти глибше зрозуміти динаміку сучасних мистецьких ринків. Лондонський досвід показує, як інтеграція економічного зростання, культурної динаміки, та міжнародного впливу можуть трансформувати локальний ринок у глобальний центр.

#### **Список використаних джерел**

1. E., Sepp. (2019). Representation of British Society in paintings of the British Industrial Revolution.
2. Siân, Williams. (2016). The Royal Navy and Caribbean Colonial Society during the Eighteenth Century. 27-50. doi: 10.1057/978-1-137-50765-5\_2
3. Qing, Jiang. (2022). Monarchy, Royalty, and Arts Patronage. 319-326. doi: 10.1017/9781108634878.037
4. Malcolm, Gee. (2014). The Rise of the Modern Art Market in London, 1850–1939, Fletcher, Pamela & Helmreich, Anne (eds).
5. Thomas, M., Bayer., John, Page. (2011). The Development of the Art Market in England: Money as Muse, 1730–1900.

*Ільчук Руслан Тарасович*  
*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Святненко Анна Василівна,*  
*кандидат історичних наук, доцент, доцент НАКККіМ*

### **Українське національно-культурне відродження в західноукраїнських землях (кінець XVIII–XIX ст.)**

Поняття «українське національно-культурне відродження» відображає процес становлення і розвитку культурно-освітнього та громадсько-політичного життя України протягом кінця XVIII–XIX ст. За власне національно-культурне відродження, починаючи з межі XVIII –



XIX ст., так чи інакше боролись усі слов'янські народи (за винятком росіян). Воно було характерним для тих етнічних спільнот, які в попередні часи втратили власну державність і самостійне національне життя взагалі. Національно-культурне відродження окреслює процес набуття етносом таких якісних рис, які дозволяють йому усвідомити себе нацією, дійовою особою історії та сучасного світу.

В українській культурі XVIII ст. відбулося переплетіння художніх стилів бароко, рококо та класицизму. Зазначені стилі, проявилися у мистецтві, літературі, архітектурі й будівництві, в науці, зокрема історії та філософії. В XIX століття (як і в культурах інших європейських держав) провідними стали три загальноєвропейські стилі: класицизм, романтизм і реалізм [6].

В умовах бездержавності західноукраїнські землі перетворювалися на культурну провінцію Австрійської імперії. Австрійський уряд, при своїй політичній лояльності, також вдався до певних заборонних заходів на західноукраїнських землях – Галичині, Закарпатті, Буковині. Це стало додатковим імпульсом до зародження загальноєвропейських просвітницьких ідей, їх національно орієнтовного впливу на ґрунті нових соціокультурних процесів. Ідеї, народжені європейською культурою, поширились і збагатили українське культурне і національне відродження, основними чинниками якого були ідеї Просвітництва, Великої французької революції, слов'янського відродження, пам'ять про минуле України.

В першій половині XIX століття національно-культурне відродження західноукраїнських земель (в Східній Галичині, в Буковині, на Закарпатті) відбувалося під впливом революційно-демократичних перетворень, що охопили Європу. Австрійський уряд зробив перші кроки для становлення українського шкільництва, активізувалися процеси національного самоусвідомлення.

Культурно-просвітницьку діяльність у цьому краї очолювало греко-католицьке духовництво. Осередками просвітництва стали духовні семінарії у Львові та Перемишлі, Коломийська гімназія, ліцей на Буковині. Львівський митрополит Михайло Левицький дбав про українське шкільництво, видав катехізис і буквар для народних шкіл. Він разом з каноніком Іваном Могильницьким заснував (1816 р.) в Перемишлі перше в Галичині культурно-освітнє «Товариство галицьких греко-католицьких священників», у статуті якого було записано, що книжки «мають бути написані... народною мовою» [2, 211].

Будителями національної свідомості були вихованці Львівської семінарії М. Шашкевич, І. Вагилевич, Я. Головацький. Вони заснували (1833 р.) прогресивний гурток «Руська трійця», що мав за мету сприяти розвитку української літератури та культури. Члени гуртка уклали збірку поезії «Син Русі», видавали фольклорно-літературну збірку «Зоря», друкували літературний альманах «Русалка Дністрова» [5, 96].

На Буковині просвітницьку та педагогічну роботу здійснював у Чернівцях композитор, письменник і педагог С. Воробкевич. Хоровий доробок митця становить понад 400 музичних творів, більшість з яких він написав на власні тексти [3, 127]. Зразки професійної національної музики створив І. Лавровський – автор багатьох хорів, пісень, музики до драматичних вистав.

Вагомий внесок в українське національне відродження на Закарпатті зробив О. Духнович – письменник, педагог, історик, етнограф, греко-католицький священник [2].

Революційні рухи 1848–1849 рр. («весна народів»), що охопили багато країн Європи, змусили австрійський уряд піти на поступки: проголошено нову конституцію, скасовано панщину тощо. З розвитком національно-визвольної боротьби окреслюється суспільно-політичний напрям діяльності української інтелігенції. Прогресивне значення мало створення політичних і науково-культурних інституцій: «Головна руська рада», «Галицька матиця», «Народний дім». Вони сприяли розвитку національної культури, освіти, видавничої справи. 1868 року у Львові засновано товариство «Просвіта», яке стало центром поширення освіти серед народу.

Пізніший період українського відродження характеризує виникнення політичних партій та організацій, які висунули певну політичну програму; проникнення прогресивних ідеалів у широкі маси й формування нового типу українського інтелігента-патріота. Це період цілої плеяди культурних і політичних діячів, і, передовсім, таких величних постатей як І. Франко і М. Грушевський [1, с.117].

Значного розвитку набули всі сфери культури і мистецтва. Впродовж другої половини XIX століття значні досягнення мало музичне мистецтво. Фундатором Перемишльської композиторської школи став один із перших українських професійних композиторів Галичини М. Вербицький – автор музики національного гімну «Ще не вмерла України». Вагомий внесок у розвиток музичної культури належить А. Вахнянину – організатору й керівнику музично-хорових товариств «Боян», «Торбан», засновнику й першому директору Львівського музичного інституту ім. М. Лисенка, автору першої в Галичині опери «Купало» [4].

Зачинателями західноукраїнської реалістичної школи в живописі були К. Устиянович – «Бойківська пара», «Шевченко на засланні», Т. Копистинський – «Гуцул з Липовиці», «В селянській хаті». Наприкінці XIX століття розпочав творчий шлях відомий художник І. Труш. У його доробку є твори різних жанрів: побутові картини, пейзажі, портрети (портрет Л. Українки) [4].

Скульптуру презентували талановиті майстри П. Війтович (скульптурні групи львівського театру опери та балету), А. Попел, М. Парашук, (пам'ятник А. Міцкевичу) та інші [4].

Перший в Україні професійний театр було створено в Галичині 1864 р. при товаристві «Руська бесіда». Він дістав назву «Руський народний театр», його очолив О. Бачинський. Репертуар театру складався з творів наддніпрянських та західноукраїнських письменників і драматургів [1, 223].

Таким чином, українське національно-культурне відродження кінця XVIII–XIX ст. базувалося на попередніх здобутках українського народу, зокрема, традиціях національної державності, матеріальній та духовній культурі. Попри складну й суперечливу соціокультурну ситуацію, під впливом культур європейських народів зародилися нові художні напрями. Провідними стали три загальноєвропейські стилі: класицизм, романтизм і реалізм. Помітного розвитку набули усі сфери української культури і мистецтва: музики, живопису, скульптури, театру.

#### **Список використаних джерел**

1. Бобош Я. Мистецьке життя Львова кінця XIX–початку XX століття: теоретичні концепції та творча практика. Вісник Львівської національної академії мистецтв. № 30. 2018. С. 220–226. [https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf\\_visnyk/30/31.pdf](https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/30/31.pdf)
2. Греченко В.А., Кислок К. Історія української культури: навч. посібник для студентів ВНЗ. 2013. 351с.
3. Скорейко Г.М. Населення Буковини за австрійськими урядовими переписами другої половини XIX – початку XX ст.: історико-демографічний нарис. Чернівці, 2002. 220 с.
4. Українське мистецтво і архітектура кінця XIX – початку XX ст. К., 2000.
5. Хома І.Я. Історія української культури: навч. посібник. Львів, 2013. 353с.
6. Шевчук В.О. Українська культура: загальні питання культурно-стилістичні епохи. Освіта. Національна ідея. К., 2007.

*Литвин Олександр Сергійович*

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Денисюк Жанна Захарівна,*

*доктор культурології, в.о. проректора*

*з наукової та виховної роботи НАКККіМ*

### **Князь Василь-Костянтин Острозький та Люблінська унія 1569 року**

Метою дослідження є з'ясування ставлення та ролі князя Василя-Костянтина Острозького до Люблінської унії 1569 року, що має в українській історіографії контроверсійне тлумачення та полярні оцінки.

Люблінська унія мала без перебільшення епохальне значення для українського народу. В результаті її підписання склалася реальна федерація польського, литовського, білоруського та українського народів. Вона реалізувала політичну програму з'єднання Королівства польського та Великого князівства литовського і руського в одну державу, що стала однією з найбільших держав тогочасної Європи – поліетніч-

ною Річчю Посполитою, яка проіснувала до кінця ХУІІІ століття.

До процесу творення цієї унійної державності, який тривав понад 200 років, від Кревської унії 1385 року, спричинилося багато політичних і державних діячів, спроміж яких значна роль належить князю Василю-Костянтину Острозькому.

Для розуміння ставлення В.-К. Острозького до Люблінської унії та його чину щодо об'єднавчих процесів необхідно зважати на історичні передумови, які полягають в загрозах, що їх несли грабіжницькі напади Кримського ханства та перманентні війни з Московським царством, які знесилювали Литовсько-руську державність. Захоплені Чернігів, Стародуб, Новгород-Сіверський, а згодом і вся Новгород-Сіверщина. На бік царя перейшли нащадки давніх руських княжих родів Новосельських, Одоєвських, Воротинських, Білевських, Можайських, Шемячичів та ін.

Ситуацію ускладнила Лівонська війна, яка вимагала величезних коштів і війська. З польським королівством вісім разів укладалися різні угоди-унії. Унійні тенденції підсилювалися особою спільного монарха – великого князя, що обіймав на той час посаду й польського короля.

В цей час Польська держава переживала свій «золотий вік» – добу найвищого розквіту й була уособленням політичного миру і громадянського спокою на тлі кривавих конфліктів, які тоді були характерними для Європи.

Рушійною силою інтегративних процесів у Великому князівстві була шляхта–дрібна знать, що була невдоволена пануванням магнатів і сподівалася здобути собі широкі привілеї та права, які мала польська шляхта.

Водночас українську еліту, як, до речі, і литовську, стримував страх повного злиття з Польщею та втрата зверхності політичного становища у суспільстві. Не менше турбувала й загроза окатоличення, про реальність якого свідчила доля Галичини, приєднаної Польщею ще в ХІV столітті.

Великі магнати і феодала (як литовського, так і українського походження), а серед українських, насамперед, наймогутніші княжі роди Острозьких, Заславських, Сангушків, Гольшанських, Збараських, Вишневецьких, Чорторійських, Четвертинських, Корецьких були противниками унії і ладні були на неї лише за умови збереження своєї державної самостійності [1].

Тому були безплідними сейми 1565–1566 років, а сейм про унію 1568 року князі В.-К. Острозький, Г. Ходкевич, Є. Волович, К. Радзивіл та ін.- вирішили ігнорувати і таємно виїхали з Любліна, щоб зібрати шляхетське ополчення для боротьби проти унії [1]. А сам В.-К. Острозький, посилаючись на хворобу, виїхав до Тарнова, де перебував від січня до травня 1569 року [5, 512].

Важливу роль в укладенні Люблінської унії відіграло те, що її прибічником виявився тодішній великий князь литовський та король польський Жигимонт II Август. За підтримки польських магнатів та шляхти обох країн він у березні 1569 року оголосив універсал про приєднання до Польщі Волині й Підляшшя. Не відчувши реального спротиву з боку послабленого війною та суперечностями Великого князівства, король у червні 1569 року видав ще один універсал про приєднання до Польщі Київщини і Брацлавщини [5, 513–514].

В результаті територія Великого князівства литовського і руського зменшилася вдвічі, а послі змушені були повернутися в сейм. Поступилися і найбільші противники унії українські магнати В.-К. Острозький, О. Чорторийський, Б. Корецький, К. Вишневецький, розраховуючи на те, що не будуть позбавлені своїх привілеїв. Їх вимоги не мали політичного потенціалу, а обмежувалися збереженням всіх існуючих привілеїв, свободою віросповідання та руською мовою в офіційному діловодстві. Як слушно зазначав Я. Пеленський, що українська еліта «...практично не мала можливостей для маневрування: це був час прогресуючого занепаду Литовсько-руської держави, що й ставило шляхту українських земель перед необхідністю вибору між ягеллонською Польщею і Московією... Оцінюючи цей вибір із сучасної точки зору, слід визнати його прелюдним, реалістичним і навіть мудрим» [4, 17].

А 1 липня 1569 року було підписано Люблінську унію, у відповідності до якої Польське королівство та Велике князівство литовське і руське об'єдналися в єдину державу – Річ Посполиту з виборним королем, спільним сеймом, спільною казною й грошовою одиницею, єдиною зовнішньою політикою. А під угодою поруч з підписами польського короля Жигимонта II Августа та великого князя литовського Криштофа Радзивіла стоїть підпис князя Висилія-Костянтина Острозького [5, 515].

Позитивом унії було зміцнення спільної федеративної держави. Водночас українські землі зіткнулися з загрозою для самого існування українців. Як зазначав І. Крип'якевич, «Люблінська унія, усуваючи з українських земель литовську владу, знищила також рештки українських державних традицій... Весь розвиток життя ішов під важким наступом Польщі» [3, 176].

М. Грушевський характеризує наслідки Люблінської унії зазначав: «Князі і магнати, що перед тим мали дуже велику вагу і держали в своїх руках всю управу, тепер були зрівняні в правах з рядовою шляхтою, – хоч на ділі, завдяки своєму багатству, вони й далі високо піднімалися над нею...» [2, 217].

Наслідками унії було й те, що польські магнати і шляхта здобули великі можливості для привласнення українських земель, нещадного визиску селян і міщан та для духовного поневолення народу, ширилися процеси народної та феодалної колонізації на східні та південно-

східні українські землі, набирали широких розмірів процеси полонізації та окатоличення.

Висновки: Люблінська унія стала вершиною консолідаційних процесів низки європейських народів: польського, литовського, білоруського і українського. Разом з тим, вона мала відчутні негативні наслідки, посилила національний гніт, денационалізацію українського етносу, а згодом й зростання українських національно-визвольних рухів. Князь В.-К. Острозький, як представник магнатерської олігархії, діяв в інтересах українства, але під тиском історичних обставин змушений був підтримати Люблінську унію.

#### Список використаних джерел

1. Гайдай Л. Історія України в особах, термінах, назвах і поняттях. Луцьк : Вежа, 2000. 435 с. URL: [https://www.uknol.info/uk/Records/Istoriya\\_Ukrainy\\_v\\_osobakh\\_termi.html#google\\_vignette](https://www.uknol.info/uk/Records/Istoriya_Ukrainy_v_osobakh_termi.html#google_vignette)
2. Грушевський М.С. Ілюстрована історія України. Київ, 1990. 525 с. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UK\\_R0008878](http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UK_R0008878)
3. Крип'якевич І.П. Історія України. Львів : Світ, 1990. 520 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001010>
4. Пеленський Ярослав. Україна в польській опозиційній публіцистиці // Подляський Казимеж. Білоруси–литовці–українці: наші вороги – чи брати? Мюнхен. 1986. URL: <http://litopys.org.ua/ukrxxr/a08.htm>
5. Уляновський В. Князь Василь-Костянтин Острозький: історичний портрет в галереї предків і нащадків. Київ : Видавничий дім «Простір», 2012. 1320 с. URL: <https://www.academia.edu/18340425/>

**Охримович Вікторія Олександрівна**  
*аспірантка НАКККіМ*

*dkr3123vokhrymovych@dakkkim.edu.ua*  
*<https://orcid.org/0009-0005-9654-1120>*

*Науковий керівник: Кравченко Анастасія Ігорівна*  
*доктор мистецтвознавства, доцент кафедри*  
*креативних культурних індустрій, НАКККіМ*

## Практики подолання травми: культура пам'яті і технології штучного інтелекту

Глобальними трендами і в психології, і в культурології є психологічні маніпуляції за допомогою віртуальної реальності, інструментів штучного інтелекту, функціональні зміни у психіці через залежність від цифрових соціальних медіа. Крім того, з появою ШІ проблематика подолання травматичного досвіду після втрати близьких і знайомих вийшла на новий щабель своєї еволюції. Сьогодні бот в месенджерах асистує користувачу при прийнятті важливих рішень, маркетологи за допомогою інструментів ШІ аналізують дані і пропонують релевантні для споживача товари та послуги. Приміром, соціальна мережа Фейсбук пропонує увіковічення облікового запису померлої людини, де

друзі та рідні померлої людини можуть ділитися спогадами.

Розглянемо так звані цифрові аватари або цифрові копії людей, які пропонують родичам померлих як заміну живої людини для комунікації. З першого погляду, ціль у таких аватарів допомогти людині пережити втрату, але з іншого, постає безліч питань, і одне з них, наскільки такий вибір дійсно допоможе і чи не спричинить він більш глибоку кризу.

Особливо гостро ця тенденція постала в роки Пандемії, коли по-частішали стани тривожності через страх втрати.

Але варто зазначити, що маніпулятивні розробки інструментів ШІ, здатних замінити живу людину цифровою почалися задовго до 2019. Китайські, американські та корейські компанії розробляли алгоритм машинного навчання ШІ для створення цифрової копії людини. Принцип був схожий: в машину завантажували спогади у вигляді смс переписки, голосу, відповідей на питання, відео і, в залежності від типу завантажених даних, отримували цифровий аватар. Один тип міг тільки «відповідати» вам за допомогою смс, більш складна версія – відео з голосом людини, яка може розмовляти і відповідати на питання.

Та чи замінити цифровий аватар людині людину?

Розробники кампаній розповідають про власний досвід і наголошують на терапевтичному ефекті такого «спілкування». Психологи ж які досліджували етапи горювання та типологізацію людей, що переживають втрату в своєму висновку неодностайні.

Очевидно, що Україні потрібно вже зараз розробляти стратегію допомоги сім'ям військовослужбовців. Приміром, вітчизняна психологиня Л.Л. Казмірчук працює з родинами військовослужбовців та захисниками України. Вона наголошує, що втручання в процес горювання – від шоку до прийняття, на яке можуть піти роки – це нераціональна ідея, бо може затягнути процес переходу від однієї стадії до іншої [3]. Розглядаючи це питання, експерти сходяться на думці, що в гострій фазі скорботи, маючи певні психологічні проблеми, людина можете втратити зв'язок із реальністю, і, якщо мати перед очима нагадування про померлу людину, стан неодмінно погіршиться. Цей аспект частково пояснює психологиня Ю. О. Абрамович: «Зазвичай кажуть, що для проходження всіх п'яти стадій потрібен рік. Звісно, після цього біль не зникає. Він просто стає не таким гострим, перетворюється у спогади. Чому рік, бо за цей час жінка проживає чотири сезони без того, кого втратила: свій та його день народження, Новий Рік, річниця та інші свята. Але, звісно, комусь потрібно більше часу, комусь менше» [2].

Як же людині подолати гостру фазу горювання, що їй може в цьому допомогти? Практична сторона питання чи створювати такий цифровий аватар чи ні питання часу. Тільки з розповсюдженням і використанням ми побачимо ефект від застосування по створенню аватару. Моральна дилема, яка постає перед людиною нецінімо важча, і такий вибір людина робить вже зараз.

Розглянувши спільноти, які допомагають людям, які пережили втрату, вкажемо два основних принципи. Перший – це перебувати в спільноті собі подібних і, по-друге, активно допомагати людям зі схожим досвідом. Такою спільнотою став, до прикладу, чат вдів з 15 членкинями, який потім переріс в благодійний фонд. «Берегти історію своїх чоловіків та інших героїв, ширити пам'ять про них – це тепер одне із завдань фонду» – ділиться Оксана Боркун, вдова загиблого героя, співзасновниця благодійного фонду «Маємо жити». «Коли втрачаєш близьку людину, найперше, що допомагає, – завершити якісь справи, які разом планували, чи щось підтримати, щоб продовжувало жити після того, як його не стало» [1].

Психологині фонду, що працюють із вдовами, теж втратили рідних на війні. Існує думка експертів, які працюють із людьми, що пережили втрату, що до таких спеціалістів довіра вища, бо вони можуть зрозуміти стан кожної жінки. Підтримка фонду і таких самих жінок, які втратили своїх чоловіків, звільнила, за їхніми словами, декількох з них від думок про суїцид.

Ми вважаємо, що людина завжди краще допоможе людині, ніж інструменти ШІ. Створення цифрового аватару може затягнути процес гострої фази горювання, а коли людина сублімує та переростає свої страхи, біль, депресію в благодійність це і є еволюцією людини.

Культурні благодійні практики як невід'ємна складова сучасного соціуму, відіграють значущу роль в процесі психологічного відновлення. Психологічні тренінги, круглі столи та зустрічі однодумців створюють безпечне середовище для відкритого спілкування та взаємопідтримки, сприяючи розумінню та подоланню особистих труднощів. Створення освітніх закладів та просвітницька діяльність сприяють підвищенню рівня самосвідомості та підтримці важливості самої підтримки та розвитку. Таким чином, культурні благодійні практики виявляються не лише засобом зближення та об'єднання спільноти, але й важливим інструментом для подолання життєвих викликів та негараздів.

Відтак, коли індивід переходить від особистої боротьби до активної участі в благодійних ініціативах, це може розглядатися як вищий етап еволюції внутрішньої свідомості та внутрішнього розвитку.

#### Список використаних джерел

1. Богдан О. Ми разом: як вдови загиблих героїв допомагають іншим. Медіа великих історій. 19.05.2023. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/my-razom-yak-vdovy-zagybyh-geroyiv-dopomagayut-inshym/> (дата звернення: 27.02.2024).
2. Ковальова А. Ти вчишся жити з цим болем: Ганна Мединська про втрату чоловіка на війні та переживання горя. Точка доступу : веб-сайт. 3.10.2023. URL: <https://dostyp.com.ua/novini/ti-vchishya-zhiti-z-cim-bolem-ganna-medinska-pro-vtratu-cholovika-na-vijni-ta-perezhivannya-gorya/> (дата звернення: 27.02.2024).
3. Шевчук Б. Важливо бути поруч: психологиня з Луцька розповіла, як допомогти пережити втрату близької людини. Суспільні новини. 5.10.2023. URL: <https://suspilne.media/584759-vazlyvo-buti-poruc-psihologina-z-lucka-rozpovila-ak-dopomogti-pereziti-vtratu-blizkoi-ludini/>



**Сендецький Андрій Владиславович**

аспірант НАКККіМ

sendetskyu@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6821-1785

Науковий керівник: **Дичковський Степан Іванович**,

доктор культурології, професор, професор кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Культурний діалог vs діалог культур: мова про війну зі сцени**

Держави з демократичними цінностями відразу зреагували на повномасштабне військове вторгнення російської федерації в Україну на світанку 24 лютого 2022 р., запропонувавши українцям усесторонню підтримку: військову, економічну, медичну, соціальну, що засвідчує про налагоджену міжнародну комунікацію. Наукові установи, наприклад, анонсують нові дослідницькі проекти з фіксацією усних історій про пережите в окупації; проводять інтерв'ю, зустрічі, конференції з метою нагромадження усієї важливої інформації для осмислення кожним українцем ключового аспекту *самоідентифікації* та *культури пам'яті*.

Тому рефлексії щодо цієї війни, розпочатої інтервенцією Москви ще у лютому 2014 р., і пізнання сенсу буття в травмованому суспільстві будуть виривати постійно. Проблема конференції «повоєнний діалог культур» неодноразово звучатиме з дотичними темами на зібраннях не тільки наукового спрямування, а й у ширшому контексті міжкультурних відносин, бо війна триває, набуваючи очевидних загроз не лише для українського народу. Паритет з цивілізованими державами на рівні публічної комунікації постійно формують культурна дипломатія та еліти (тема діалогу: «*Мир у світі*»).

Іншим аргументом *актуальності* пропонуваного дослідження є той, факт, що посттравматичний стресовий розлад, спричинений воєнними подіями, властивий практично усім громадянам України. Він ще даватиме виразні складні наслідки в багатьох сферах функціонування соціуму. Мілітарна тема й надалі буде провідною у житті української нації. На це вказують фактори, спричинені жорстоким конфліктом: психологічні й фізичні травми, послаблена економіка, зруйнована інфраструктура, процвітаюча корупція, а також тривала затяжна криза політикуму, згорання конституційних прав і свобод громадян країни через некомпетентні й непопулярні дії влади, тощо (тема діалогу: «*Я і війна*»).

*Мета дослідження* – показати результати аналізу протиріч між культурним діалогом та діалогом культур України у контексті театральних практик 2014–2023 рр. на тему війни не тільки як збройного конфлікту, а як конфронтації етноідентифікації кожного громадянина

України. Вважаємо, що ця надскладна й гостра проблема знайде ще широкий відголосок у працях з культурології, соціології, в політичних науках [2].

*Методологія дослідження* базується на застосуванні загальнонаукових та культурологічних методів: аналізу та синтезу, історичного та логічного, абстрагування, конкретизації й узагальнення. Використано метод спостереження, соціокультурний історико-генетичний метод і метод реконструкції культурного поля.

Щоб розглянути протиріччя між двома явищами: культурним діалогом та діалогом культур (міжкультурне, крос-культурне спілкування), необхідно з'ясувати їхні смислові відтінки [8; 12].

Вважаємо, що *культурний діалог* – доброзичливе спілкування двох чи більше сторін щодо пошуку компромісів й спільних інтересів для тривалої комунікації поміж ними задля збереження особистої репутації як репрезентанта держави, посилення іміджу своєї країни загалом, тобто з метою зміцнення представницького реноме. Ця авторська дефініція є синтезом низки визначень, запропонованих вченими різних дисциплін [7; 9; 10; 11; 14].

Натомість *діалог культур* є комунікацією представників різних етнічних, соціальних, релігійних та інших формацій, субкультур з метою здобуття знань один про одного, налагодження відносин або відстоювання своїх інтересів, що не обов'язково передбачає позитивні рефлексії від спілкування репрезентантів цих різних спільнот. Тобто діалог культур може відбуватися навіть в одному театральному колективі, а його учасники мати особисту мету і суб'єктивний погляд.

Перманентна конфронтація культурного діалогу та діалогу культур виразно простежується на прикладі театральних практик колективів України як у середині країни, так і за її межами. Дисонанс особливо помітний на тлі російсько-української війни та рефлексій громадян України на жахливі воєнні події, а особливо у контексті особистісної самоідентифікації незалежно від місця перебування.

Театр є публічною інституцією, діяльність якої суголосна з суспільними реаліями, що транслюються зі сцени у формі інтерпретованого дійства з метою утворення діалогу між митцем та глядачем [13, s. 11-12].

Тут виразно помітні кореляції театру, як виду сценічного мистецтва, адресованого до поціновувача творчості з одного боку, а з іншого – культурної дипломатії, як переважно медійного репрезентанта іміджу певної спільноти, скерованого для позитивного його сприйняття аудиторією. Естетика подачі інформації, візуалізація художньої мови та вербалізація позитивних думок є тими інструментами, які уподібнюють театральне мистецтво і культурну дипломатію у поставлених завданнях для досягнення мети: здобути прихильність реципієнта [3]. Тобто обидва явища існують для виконання завдань у своєрідних ампулах: мистецтва переконувати і мистецтва компромісу [11, с. 20].

Тема конфлікту – побутового, соціального, кланового, міжетнічного, міжконфесійного, словесного, збройного тощо, – зі сцени звучить відтоді, відколи існує театральне мистецтво. Конфлікт присутній у будь-якому театральному жанрі. Однак спектаклі з мілітарним сюжетом частіше простежується у репертуарі під час реальних воєн, як необхідна рефлексія на подію. Театральна інституція своїм репертуаром вже в анонсах маніфестує відношення до війни: відкрито засуджує її чи толерує за замовчуванням. Необхідно зауважити, що таке рішення доволі часто залежить від дирекції театру.

Показовими прикладами солідарності з українцями, які щоденно виборюють перемогу над московитами, є низка театрів у Польщі. Наприклад, у Драматичному театрі Варшави тривалий час оркестр розпочинав свої вистави, граючи гімн України [3]. Ця зворушлива акція, а також звертання польських акторів зі сцени до глядача із закликом допомагати українцям у боротьбі, уклін після спектаклів з прапором України засвідчують про чітку політичну позицію колективу, який виступає своєрідним культурним неурядовим амбасадором. Тут бачимо поєднання ознак культурного діалогу і діалогу культур. Ще до початку повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну цей театр, очолюваний тоді Т. Слободзянком, популяризував вистави російських драматургів, запрошував звідтам акторів. Проте, колектив переважно не підтримував насаджувани дирекцією проросійські нарративи, у наслідок чого виникали конфлікти.

Досі неоднозначною є позиція окремих українських театрів та культурно-мистецьких онлайн-платформ щодо дерусифікації держави від насадженої упродовж століть московської ідеології та супровідних їй колоніальних маркерів. Наприклад, Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки у Києві аж до липня 2022 р. носив у назві «профільне спрямування» – російської драми, у той час, коли російсько-українська війна точиться з лютого 2014 р. Це засвідчує політичну латентність та вкорінені проросійські погляди не тільки театральної трупи, а й інших владних структур країни [1]. Їх неможливо змінити відразу із перейменуванням закладу, перекладом на українську мову репертуарних вистав чи контенту сайту. Це процес тривалий і болісний, який відображає соціокультурну проблему нації загалом (тема діалогу: «Рідна мова»).

Такі ж тенденції існують у діалозі культур на театральних майданчиках, під час якого у спостерігача виникають симптоми когнітивного дисонансу щодо розуміння чому саме значна частина «українських» театралів послуговується мовою окупанта, у той же час не вважаючи себе приналежними до московитів.

Про подібні споживацькі настрої мовиться, наприклад, у виставі «Будинок на кордоні» (реж. С. Павлюк, драм. С. Мрожек) Херсонського обласного академічного музично-драматичного театру імені Мико-

ли Куліша: використаний у сценографії холодильник «Донбас» натякає про однойменний регіон України та його населення, яке надало перевагу примітивним харчам у сенсі московських подачок, замість духовної поживи прагнення демократичних цінностей, за котрі боролася нація у Революції гідності (тема діалогу: «Україна vs росія: що далі?») [6, с. 11].

У контексті театральних практик українського-польського культурного діалогу виразним є приклад діалогу культур у п'єсі «Донбас, повстань! Казка про Новоросію» (авт. П. Юров та А. Касілова), яка була озвучена авторами у Варшаві й Любліні, як реакція на вторгнення московитів на сході України (тема діалогу: «Відбудова країни») [4; 5].

Таким чином, боротьба з московським загарбником триває не лише на фронті, а й в тилу, де ще занадто багато adeptів «русского міра». Проблеми комунікацій не обмежуються лише переліченими темами культурного діалогу та діалогом культур. Конфронтація щодо самоідентифікації стане однією з чільних у перспективі. У пам'ять про загиблих на фронті людей у боротьбі з росією та заради повсюдного утвердження української мови в Україні на підставі її державного статусу, толерувати глибокий конфлікт у діалозі культур – українців та квазіутворення «російськомовних українців», – неможливо. Зрозуміло, що Україні властиве культурне різноманіття, утім ігнорування державної символіки, саботаж офіційної мови, клейнодів тощо громадянами країни є злочином. Пошук нових сенсів у контексті полікультурного світу, що анонсовано конференцією, звужується до відповіді на одвічне питання «Хто я?!»

### Список використаних джерел

1. Городнича К. «Російська культура – це повітря, без якого неможливо дихати». Колишній художник театру ім. Лесі Українки Резнікович дав інтерв'ю білоруському пропагандисту. Антоніна: перу медію білизно безкоштовно. URL: <https://antonina.detector.media/mediatresh/post/225071/2024-04-20-rosijska-kultura-tse-povitrya-bez-yakogo-nemozhlyvo-dykhaty-kolyshniy-khudkerivnyk-teatru-im-lesi-ukrainky-reznikovych-dav-intervyu-biloruskomu-propagandystu/> (дата звернення: 15.03.2024).
2. Звіт за результатами опитування учасників освітнього процесу щодо дотримання мовного законодавства (констатувальний етап 2021-2022 н.р.). Державна служба якості освіти України. URL: [https://sqe.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Zvit\\_I\\_etap\\_monitoringu\\_MOVA\\_.pdf](https://sqe.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Zvit_I_etap_monitoringu_MOVA_.pdf) (дата звернення 16.03.2024).
3. Сендецький А. Арт-резиденція як форма культурного діалогу в умовах вимушеної міграції під час воєнної інтервенції. Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VI Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Київ. націон. універ. кул. і мист.; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 03 листопада 2022 р.). Київ: НАКККІМ, 2022. С. 24-26.
4. Соколенко Н. Люблінська альтернатива. Український театр. 2014. № 5. С. 42-43.
5. Соколенко Н. Павло Юров. Експортване пекло. Український театр. 2014. № 5. С. 16-17.
6. Цимбал Г. «Донбас» ... і кордони в серцях. Український театр. 2014. № 6. С. 10-13.
7. Шейко В. Культурологічні аспекти компаративістики та діалог культур: стан і перспективи. Культурологічна думка: Щорічник наук. праць. Київ: Інститут культурології Академії мистецтв України, 2010. №2. С. 14-23.
8. Arasaratnam L. A. & Doerfel M. L. Intercultural communication competence: Identifying key components from multicultural perspectives. International Journal of Intercultural Relations. 2005. № 29, 137-163.
9. Cummings M. C. (2009). Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey.

- Cultural Diplomacy Research Series. (p. 1–15). Washington DC: Americans for the Arts (formerly Center for Arts and Culture).
10. Goff, P. M. (2013). Cultural Diplomacy. The Oxford Handbook of Modern Diplomacy / ed. Andrew F. Cooper, Jorge Heine, and Ramesh Thakur. Oxford Handbooks Online. Scholarly Research Reviews, 992 s.
  11. Kieliszewski P. & Poprawski M. Instytucje publiczne i dyplomacja kulturalna. Potencjały i wyzwania. Zarządzanie Publiczne. 2009. Nr 3. S. 19-32.
  12. Lustig M. W. & Koester, J. Intercultural Competence. Interpersonal Communication Across Culture (7th ed.). Boston: Pearson Education, 2013. 400 p.
  13. Przystek D. Polityki kulturalne a wolność wypowiedzi artystycznej w Polsce w latach 1989-2015. Warszawa: Elipsa Dom Wydawniczy, 2017. 462 s.
  14. Stelowska, D. (2015). Culture in International Relations. Defining Cultural Diplomacy. Polish Journal of Political Science, 1 (3), 50-72.

**Стаценко Микита Олегович**

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Денисюк Жанна Захарівна,*

*доктор культурології, в.о. проректора*

*з наукової та виховної роботи НАКККіМ*

## **Видовище як феномен культури: мистецько-аксіологічний аспект**

Найважливішим фактором розвитку сучасної культури, в масовому чи іншому форматі, є візуальний компонент. Видовище завжди займало важливе місце в духовно-практичній діяльності людей, але саме сьогодні «візуальне» стає центральним елементом у будь-яких повсякденних практиках. Так само стрімкий розвиток медіатехнологій надає екранним формам культури безпрецедентних можливостей у сфері впливу на суспільство та особистість.

Видовищно-ігрові елементи з'явилися в різних формах масових розваг задовго до того, як частина культури увійшла до системи товарно-грошових відносин. Зокрема, у Стародавній Греції існувала досить велика кількість масових дійств, пов'язаних з релігійними обрядами (Панафінеї, Діонісії та ін.), театральними та спортивними змаганнями.

Видовище як феномен культури відображає широкий спектр публічних подій та вистав, які мали високий ступінь естетичної, драматургічної або розважальної цінності та були призначені для розваг та задоволення глядачів. Це були театральні вистави, концерти, циркові вистави, опери, балети, фестивалі, церемонії, спортивні змагання та інші види масових заходів. Існували танці військові, культові (весільні, поховальні та ін.), оргіастичні, сценічні, побутові та інші, до громадських свят. До давньогрецьких свят залучалася величезна кількість людей, а кордони між аудиторією та безпосередніми учасниками дійства стиралися. В добу Середньовіччя видовищно-розважальні заходи

відбувалися переважно в межах міського середовища: це були також бенкети, лицарські турніри, що передбачали велику кількість учасників та глядачів. В цей період з'явилися професійні танцівники: жонглери, буфони, фокусники, акробати та ін. Провідними функціями таких видовищ було спілкування та емоційна розрядка як спосіб вираження заборонених емоцій.

Феномен видовищності набуває особливого значення сьогодні, коли такі базові аспекти екранної культури, як кіно та телебачення, зазнають масштабних змін під впливом нових технічних досягнень. Спираючись на систему нових засобів виразовості, вони відкривають інші шляхи реалізації видовищності. Якщо кіно зберігає традиції колективного перегляду, що апелює до театру та традиційних масових видовищ, то телебачення сприяє більшій індивідуалізації аудиторії. У цьому аспекті телевізійне видовище сьогодні виступає джерелом нормативних та ціннісних орієнтирів, забезпечуючи потребу глядача у пошуку певних взірців. За визначенням Б. Сварника, у широкому розумінні видовищна культура являє собою будь-яку демонстрацію дії, яка сприймається колективно (спортивні заходи, масові свята, публічні ритуали та церемонії, покази та вистави, перформанси та ін.). Сучасна видовищна культура охоплює як традиційні видовища, тобто усновидовищні форми, засновані на безпосередньому глядацькому контакті (наприклад, фольклор), так і візуальні – екранно-видовищні форми [2, с. 313-314].

На сьогоднішньому етапі зміни торкаються всіх сфер культури, що відбуваються під впливом зростаючої ролі медіа та глобалізації, змінюючи при цьому й характер самого видовища як культурного феномену. Культура загалом стає не просто видовищною, візуальною, але вона розрахована на існування в екранних формах, що передбачають віртуальну співучасть. Іншою характерною ознакою сучасних видовищ стає бізнесовий або комерційний формат таких видовищ, що орієнтується на створення найбільш затребуваних у публіки форм, формуючи акценти та характерні риси, які можна використовувати у різних шоу-проєктах. Відповідно, наприклад, танцювальна складова видовища, еволюціонуючи і вступаючи в симбіоз із шоу-бізнесом, зберігає свої визначальні якості та набуває інших, характерних для естрадних та шоу-програм рис. Творча діяльність в такому контексті стає елементом економічних відносин та підлаштовується під їхню логіку.

На думку дослідників, шоу – особливе синтетичне мистецтво, що поєднує у собі різні види мистецтв: від живопису, опери, балету, кінематографа до комп'ютерної графіки. Завдяки цьому шоу має значно більше можливостей впливу на глядача в сучасному світі, ніж будь-яке інше мистецтво. В шоу швидше, ніж в інших видах мистецтва, можна простежити актуальні тенденції та зміни культурних парадигм сучас-

ного суспільства. Підтвердженням цієї тези є застосування в шоу досягнень сучасної науки: зі сфери штучного інтелекту, робототехніки, технологій віртуальної і доповненої реальності та ін. Ці технології є вкрай складними, і «вплести» їх у тканину сценічного простору інколи буває доволі проблематично, та все ж режисерів приваблює ця ідея, бо мистецтво шоу мусить бути сучасним й інноваційним, аби задовольнити вибагливого глядача [1, с. 208].

Видовище є важливим феноменом культури, який відображає та впливає на різноманітні аспекти суспільного життя, від розваг та культурних традицій – до економічних та соціальних вимірів. Видовище як феномен культури представляє собою важливу складову суспільства, що має величезний вплив на спосіб, яким люди сприймають та розуміють світ навколо себе. Характерними сутнісними рисами видовища як культурного феномену можна виокремити такі аспекти: видовище часто включає в себе виразне використання естетичних засобів, таких як музика, танці, акторська майстерність, візуальні ефекти та інші художні елементи. Воно створює атмосферу та враження, які залишають великий емоційний слід у глядачів; видовище спрямоване на активну участь глядачів, які відчують емоції, враження та досвід вистави. Їх реакції та взаємодія з подією можуть впливати на сприйняття та розуміння видовища. Видовище виконує важливу соціальну функцію у формуванні та підтримці культурного ідентичності та спільних цінностей суспільства. Воно об'єднує людей навколо спільних інтересів, традицій та досвіду. Багато видовищ мають суттєвий комерційний аспект, оскільки вони створюють економічну вартість для організаторів, виконавців, спонсорів та інших учасників індустрії розваг та сфери креативних індустрій. Видовища часто включають в себе новаторські підходи, експерименти та технологічні інновації, що сприяють розвитку культурної сфери та створенню нових трендів.

Також видовище може бути важливим засобом рефлексії над суспільними проблемами, цінностями та тенденціями. Театральні п'єси, фільми, мистецькі виставки та інші види видовищ можуть стати платформою для висловлення та обговорення важливих тем та питань.

В цілому, видовище виступає важливим елементом культурного життя суспільства, який не лише розважає та надихає, а й відображає його цінності, стимулює соціальну взаємодію та сприяє рефлексії над суспільними проблемами. Мистецько-аксіологічний аспект видовища відображається в його здатності впливати на цінності, переконання та світогляд глядачів через використання мистецтва та естетичних форм. Зокрема такі видовища, як театральні вистави, кінофільми та музичні виступи, можуть відтворювати різні цінності та ідеали, що є важливими для суспільства. Видовище може стати важливим інструментом для підвищення свідомості глядачів щодо важливих соціальних та культурних питань. Фільми, театральні вистави та інші види видовищ мо-

жуть ставити на порядок денний різноманітні соціальні, політичні та моральні проблеми.

У цілому, мистецько-аксіологічний аспект видовища відображає його важливість у формуванні цінностей, переконань та світогляду глядачів, а також у сприянні розвитку культурного та соціального простору суспільства.

#### **Список використаних джерел**

1. Кириченко А.О. Використання технологій віртуальної реальності в сучасних концертних шоу. Питання культурології. 2020. № 36. С. 206-218.
2. Сварник Б.В. Партиципативні практики сучасної видовищної культури. Питання культурології. 2022. № 40. С. 312-320.

***Шмандровський Андрій Степанович**  
аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: **Денисюк Жанна Захарівна**,  
доктор культурології, в.о. проректора  
з наукової та виховної роботи НАКККіМ*

### **Репрезентація концептів національно-культурної ідентичності в сучасній візуальній культурі**

З подіями російсько-української війни національна свідомість, національно-культурна ідентичність зазнали певних трансформацій і метаморфоз, пов'язаних із ціннісними визначеннями кожного і нації в цілому, коли на перший план вийшли питання збереження держави, її територіальної цілісності, суверенітету і незалежності. До цієї групи цінностей можна додати надзвичайну згуртованість суспільства перед зовнішньою загрозою російських загарбників, що спонукало до переосмислення на глибинному екзистенційному рівні своєї культури, української ідентичності, усвідомлення себе українцем, який має відстоювати своє право на життя, де окремішне місце належить національно-культурним цінностям, що дозволяють людині співвідносити/ідентифікувати себе з українською культурою, її цінностями і українським народом. На сьогоднішній день продовжується екзистенційна і світоглядна війна фактично за цінності та ідентичність, оскільки головною метою росії у цій війні є зміна, руйнування та знищення ідентичності українських громадян.

Війна надзвичайно загострила проблеми, пов'язані із питаннями ідентичності, культури, національної приналежності, мови. І саме у сфері культури йдуть найзапекліші дискусії щодо меж припустимого та неприпустимого, бажаного й небажаного у цій сфері, де синхронно загострилися з надзвичайною інтенсивністю не лише політичні, але й релігійні, мовні, науково-освітні та літературно-мистецькі контексти.

Ідентичність – це насамперед система цінностей, тому ідентич-



ність сучасного українця визначається не стільки національністю, етнічним корінням, скільки цінностями. Національно-культурна ідентичність – це сукупність цінностей, традицій, мови, історії, символів та культурних виявів, які об'єднують ідентифікацію людей з певною нацією чи культурою. Формування національно-культурної ідентичності ґрунтується на національному світогляді, національній культурі, мові, національній ідеї, історичній правді, історичній пам'яті, національних ідеалах, національній гідності, національній самосвідомості, національних цінностях та патріотизмі.

За визначенням дослідників, національно-культурна ідентичність, яка фундаментально визначає аксіологію особистості, її світосприйняття, стиль мислення, комунікацію з іншими й суспільне самовизначення. При цьому ми розглядаємо феномен культури у максимально широкому значенні – як такий, що включає у себе не лише звичний для багатьох мистецько-естетичний дискурс, а й те, що його глибинно зумовлює, а саме – релігію, політику, освіту тощо. Українська самоідентифікація нині постає перед подвійним викликом: з одного боку, це кристалізація ідентичності у межах нашої країни, з іншого – пошук демаркаційних ліній для трансформації (і збереження) ідентичності тих, хто змушений був залишити межі України [3, с.107]. Представлений у мистецтві сучасний образ культурної ідентичності являє собою принцип досить жорстокої мультикультуральності в усіх її можливих проявах – світоглядному, етнічному, расовому, соціальному, гендерному тощо. Фактично маємо культурну політику і контрольоване з боку різних суспільних інституцій втілення її настанов. На цьому рівні, коли споживачеві пропонують картину світу із чітко окресленими змістовими, ідеологічними, естетичними параметрами [2, с.132].

В цілому ж, дослідники відзначають, що «культурна ідентичність – багатовимірне поняття, динамічна система, що включає у себе визначення особистості у різних сферах: релігії, освіті, науці, особливостях комунікації тощо. У попередні роки війни, з 2014-го, і навіть раніше, за часів Незалежності, великій частині українського суспільства була притаманна розмита, неоплачена або відстрочена ідентичність. Лише після повномасштабного вторгнення українці усвідомлено переходять до «досягнутої ідентичності», з рефлексією над своїми фундаментальними цінностями» [3, с.110].

Конструювання української ідентичності в сучасних умовах вимагає уваги до особливостей її трансформації всередині країни та за кордоном. Зауважимо, що в обох ситуаціях культурна ідентифікація не може бути прив'язана виключно до етносу, вона зумовлена культурним вибором.

Семантичне поле масової культури відіграє важливу роль у формуванні національної ідентичності саме засобами, зрозумілими і доступними для масового споживача культурного продукту, тим самим,

формуючи суспільну думку і свідомість. Тривала гібридна війна, розгорнута російською пропагандою, в повній мірі використовувала інструментарій масової культури як «м'яку силу» у посуванні ворожих цінностей та наративів. Натомість з початком війни, як ми могли спостерігати, відбувається активне звернення до національної культури, її цінностей, знаково-етнічних кодів, державної символіки, яка постає у численних артефактах інформаційно-культурного простору та витворах масового характеру [1, с.227].

Ці візуальні вияви спільно з іншими аспектами української культури допомагають у формуванні та вираженні національно-культурної ідентичності та сприяють розумінню та відчуттю глибоких зв'язків з традиціями та культурою. Ці концепти взаємодіють та формуються в контексті культурного спадку та історичних подій, сприяючи розумінню та співвідчуттю між представниками певної нації чи культури.

Сучасна візуальна культура відображає різноманітні аспекти національно-культурної ідентичності через використання сучасних медійних технологій, артпрактик та творчих підходів. Серед способів, які використовуються для репрезентації концептів національно-культурної ідентичності в сучасній візуальній культурі, можна виокремити наступні: художні проекти та виставки, які відтворюють та інтерпретують традиційні елементи національної культури через сучасні мистецькі техніки та експресивні засоби; відеоарт та кіномистецтво включають фільми, відеоролики та відеоінсталяції можуть використовувати національні символи, традиції та історичні події для створення вражаючих візуальних образів та підтримки національної ідентичності; графічний дизайн та веб-арт, що передбачає використання ілюстрацій, дизайн веб-сайтів, графічні комікси та інші форми графічного дизайну, що можуть використовувати символи та мотиви національної культури для створення візуально привабливих та значущих робіт. Урбаністичні інсталяції та мурали можуть створюватися для підтримки національної ідентичності через відображення національної символіки або ілюстрації історичних подій. Візуальні комунікації у соціальних мережах стають платформою для візуального спілкування та обміну культурними знаннями. Вони можуть використовуватися для репрезентації та підтримки національно-культурних цінностей через обмін візуальним контентом.

Підсумовуючи, зазначимо, що російсько-українська війна впливає на формування та зміцнення української ідентичності, відповідаючи як на виклики, так і створюючи можливості для українського суспільства. Цей період випробувань показує силу та стійкість українського народу та його готовність захищати свою країну та цінності.

#### **Список використаних джерел**

1. Денисюк Ж. З. Семантичне поле масової культури у формуванні національної ідентичності в умовах війни. Міжнародна науково-практична конференція Таврійського національно-

- го університету до 160-ї річниці від дня народження В. І. Вернадського : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 16-17 березня 2023 р., м. Київ. Частина 1. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2023 С.226–228.
2. Шульга Р. Культурна ідентичність як простір психологічного комфорту особистості. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2023. Вип. 1. С. 121-139.
  3. Яремчук С., Дияк В., Тушко К. Проблеми формування української культурної ідентичності в умовах війни. Грані. 2023. Вип.26 (1). С.105-111.

**Шумейко Людмила Михайлівна**

*аспірантка НАКККіМ*

*arianna88w@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0002-0182-6432>*

*Науковий керівник: **Овчарук Ольга Володимирівна**,  
доктор культурології, професор кафедри  
креативних культурних індустрій НАКККіМ*

## **Феномени «інклюзія» та «безбар'єрність» у вітчизняній мистецькій освіті**

Рушійні зміни, які відбулися в українському законодавстві із прийняттям у 2017 році Закону України «Про освіту» сприяли поширенню ідеї гуманізації освіти та пріоритетів особистості.

У лексикон освітян увійшли поняття: «інклюзивне навчання», «інклюзивна освіта». Зазначені смислові конструкти будуються на основі базового терміну «інклюзія» (від *англ. inclusion* – включення, залучення), символізуючи збільшення ступеня залученості усіх громадян у соціумі, де забезпечено інтеграцію всіх без виключення верств населення, включаючи осіб з особливими потребами (обмеженими можливостями), у тому числі й осіб з інвалідністю.

Важливим є розрізнення понять «особливі потреби» та «особливі освітні потреби». Дефініція «особливі потреби» увійшла у вжиток до нормативно-правових документів, проте, чітке визначення відсутнє. Формуючи уявлення про особливі потреби особистості, варто виокремити наступні: інвалідність; незначні порушення здоров'я; соціальні потреби; обдарованість.

Історія появи поняття «особливі освітні потреби» (ООП) сягає 1994 року з моменту прийняття Саламанської Декларації про принципи, політику та практичну діяльність у галузі освіти осіб з особливими освітніми потребами та Рамки Дій щодо освіти осіб з ООП.

Згідно зазначених документів, в процесі навчання особистість стикається з різними труднощами у навчанні, причиною яких можуть бути спеціальні особливі потреби, серед яких слід виокремити:

- порушення здоров'я (фізичного та/або психічного);
- психологічні потреби;

- соціальні потреби (складна життєва ситуація);
- географічні;
- старший зрілий вік;
- вагітність та материнство;
- військовий, учасник бойових дій;
- належність до етнічних (мовних) меншин;
- обдарованість.

Інклюзивність акцентує увагу на «включеності» в освітній процес абсолютного кожної особистості, у якій при цьому може бути наявний широкий спектр особливих психофізичних та соціальних потреб.

Досліджуючи проблематику інклюзивного навчання в мистецькій освіті, доходимо висновку, що це передусім новий підхід до навчання та виховання, який вимагає упровадження та застосування численних інновацій, особливої підготовки фахівців, відповідного кадрового забезпечення, формування відповідного теоретичного та методичного підґрунтя (методичної літератури, навчальної літератури з фаху та навчальних дисциплін), придбання відповідного обладнання, підвищення оплати праці педагогічних працівників.

На початку грудня 2019 року відбулася I *Всеукраїнська науково-практична конференція (з міжнародною участю) «Інклюзія в мистецькій освіті: виклики, практики, перспективи»*, за результатами якої було видано однойменний науково-методичний збірник із тезами доповідей вітчизняних науковців та провідних педагогів, які мають практичний досвід роботи з дітьми, що мають фізичні та/або психологічні вади розвитку й належать до категорії особливі освітні потреби [4].

27 січня 2020 року (Наказ МКІП № 339) було затверджено Концепцію інклюзивної мистецької освіти [5], а також План заходів з реалізації Концепції інклюзивної мистецької освіти (Наказ МКІП від 22 квітня 2020 року № 1668) [9]. Із метою реалізації положень Концепції інклюзивної мистецької освіти у 2020 – 2021 роках Міністерство культури та інформаційної політики України (МКІП) спільно з ВГО «Національна Асамблея людей з інвалідністю України» оголосило результати конкурсного відбору учасників пілотного проекту, до якого увійшло 17 мистецьких шкіл із різних областей України.

Протягом 2022–2021 років було успішно реалізовано I та II етапи пілотного проекту «Мистецька освіта без обмежень», третій етап було заплановано на 2022 рік. У рамках II етапу пілотного проекту «Мистецька освіта без обмежень» взяло участь 23 мистецькі школи та 5 фахових мистецьких коледжів, які представляють 18 регіонів України. Було проведено аудит доступності цих закладів. 11 мистецьких шкіл розробили індивідуальні плани заходів з усунення бар'єрів до 2023 року. Дитяча музична школи міста Прилуки Чернігівської області у 2021 році виграла та реалізувала проект з інклюзії за підтримки Українського культурного фонду.

У достатньо короткий термін створено важливі методичні посібники, які наразі розташовані на сайті Державного агентства з питань мистецтв та мистецької освіти: «Індекс інклюзії: заклади мистецької освіти», «Нотна система Луї Брайля як основа ефективного навчання дітей з порушенням зору в мистецькій школі. Практично-методичні рекомендації», «Мистецькі школи: доступні освітнє середовище» [6], «Мистецькі коледжі: доступне освітнє середовище» [7], «Анкета аудиту архітектурної доступності. Методичні рекомендації для мистецьких закладів» тощо. Для працівників, що залучені до роботи в інклюзії та інших програмах, що передбачають роботу з дітьми-інвалідами створено сертифікований онлайн-курс: «Орф-підхід для людей з інвалідністю. Інклюзія в мистецькій освіті» [8].

Важливим кроком з боку держави є упровадження в 2021 році Національної стратегії зі створення «безбар'єрного простору» як поширення практик інклюзії [1]. Безбар'єрність – це передусім формування державної політики для забезпечення безперешкодного доступу всіх груп населення до різних сфер життєдіяльності, у тому числі й у сфері мистецької освіти.

Безбар'єрність в мистецько-освітньому просторі дедалі набуває актуальності. Відтак, у 2022 році на базі Уманського педагогічного університету імені Павла Тичини відбувся Всеукраїнський науково-методичний онлайн-семинар «Безбар'єрність в освіті: практичні аспекти та перспективи», висвітлено тему можливостей використання мобільних застосунків з учнями ООП в умовах інклюзивного навчання: «Всеукраїнська школа онлайн», Digital Inclusion (україномовний застосунок для безбар'єрного спілкування) та «Аудіоказки українською» для освітніх цілей через методи арттерапії [2].

Від початку російської агресії на території України у 2014 році та після повномасштабного вторгнення держави-агресорки 24 лютого 2022 року заклади культури і мистецтва потерпають від вандалізму загарбників та постійно знаходяться під загрозою. Абсолютно кожен громадянин України, не залежно від віку, опинився в ситуації складних випробувань, життєвих труднощів, постійної психологічної напруги. Нагальною постала проблема збереження ментального здоров'я; діти, які виїхали за кордон отримали подвійне освітнє навантаження – у рамках інтеграції навчатися у країні тимчасового проживання й водночас дистанційно опановувати навчальну програму в українських освітніх закладах.

Роль мистецтва та мистецької освіти в сучасних умовах набули терапевтичного ефекту, а мистецько-освітні простори постали надійними платформами, які сприяють подоланню без бар'єрів численних особливих освітніх потреб, успішній інклюзії (включенню) в соціальне життя осіб із різноманітними особливими (у тому числі й освітніми) потребами.

Актуальною є проблематика дослідження феноменів «інклюзивності» та «безбар'єрності» в контексті обдарованої особистості. Не менш важливим є й вірне потрактування дефініцій, які подекуди вживаються лише в контексті залучення в освітній процес осіб з певними вадами. Окрім того, поняття «інклюзія» або «інклюзивність» інколи помилково синонімізуються суто з «інвалідністю».

### Список використаних джерел

1. Безбар'єрність. Міністерство культури та інформаційної політики України : веб-сайт. URL: <https://mcp.gov.ua/bezbar-yeernist/novyny/> (дата звернення: 24.04.2024).
2. Безбар'єрність в освіті: практичні аспекти та перспективи. Факультет початкової освіти. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини : веб-сайт. URL: <https://fro.udpu.org.ua/index.php/home/novyny/663-bezbar-ernist-v-osviti-praktichni-aspekti-ta-perspektivi> (дата звернення: 24.04.2024).
3. В Одесі відбулася конференція на тему безбар'єрності у мистецькій освіті. Одеса-медіа. Інформаційне агентство : веб-сайт. URL: <https://odessamedia.net/news/v-odesi-vidbulasya-konferentsiya-na-temu-bezbar-ernosti-u-mistetskij-osviti> (дата звернення: 24.04.2024).
4. Інклюзія в мистецькій освіті: виклики, практики, перспективи: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (з міжнар. участю), 6–7 груд. 2019 р. / за заг. ред. М. М. Бриль. Київ: ДНМЦЗКМО, 2019. 420 с.
5. Концепція розвитку інклюзивної мистецької освіти. Проект. URL: [http://lysiankarmk.edukit.ck.ua/Files/downloads/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8%20\(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82\).pdf](http://lysiankarmk.edukit.ck.ua/Files/downloads/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8%20(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82).pdf) (дата звернення: 24.04.2024).
6. Мистецькі школи: доступне освітнє середовище : посібник / Байда Л.Ю., Грибальський Я.В., Журбенко О.М. Київ : ВГО НАІУ, 2020. 36 с.
7. Мистецькі коледжі: доступне середовище. URL: <https://drive.google.com/file/d/1JZ206F17u6hSodIF35QwqoaMkpXXXF/view?ts=61b21c1d> (дата звернення: 24.04.2024).
8. Орф-підхід для людей з інвалідністю. Інклюзія в мистецькій освіті. URL: <https://orffcourse.org.ua/lectons/1> (дата звернення: 24.04.2024).
9. План заходів з реалізації Концепції інклюзивної мистецької освіти. Державний науково-методичний центр змісту культурно-мистецької освіти : веб-сайт. URL: <https://www.dnmczkmo.org.ua/2020/05/plan-zahodiv-z-realizaciyi-koncepciyi-inklyuzyvnyimysteczkoji-osvity/> (дата звернення 24.04.2024).

*Бичик Ангеліна Сергіївна*  
здобувачка НАКККіМ

*Науковий керівник: Дячук Валентина Павлівна,*  
кандидат культурології, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ,  
заслужений працівник культури

## **Арттерапія – дієва форма реабілітації військовослужбовців**

З давніх часів мистецтво відіграло важливу роль в історії, розвитку й культурі людства. Ці ідеї є попередниками сучасного розуміння арттерапії.

У Середньовіччі такі вчені, як Ібн Сіна, Джон де Грохео, Амброз Паре, Жозефо Царліно, Роберт Бартон, виявляли великий інтерес до питання зцілення, особливо за допомогою музичного мистецтва. І у Стародавньому Китаї, і в Стародавній Греції мистецтво використовувалося дуже широко і згідно з правилами традиційної китайської медицини [1, с. 8]. Музикотерапія широко використовувалася в стародавній Індії. Відомо, що ще на початку XIX ст. французький психіатр Жан Етьєн Домінік Ескіроль почав впроваджувати музикотерапію в роботу психіатричних закладів [2, с. 11].

У науковій літературі трапляється багато визначень:

Арттерапія – це використання мистецтва як лікувального засобу. Це вид корекційної діяльності з використанням мистецтва [3].

Арттерапія — це метод «зцілення» за допомогою творчого самовираження. Не терапія або лікування, а саме зцілення — досягнення цілісності [4].

Арттерапія — це способи та технології реабілітації осіб засобами мистецтва та художньої діяльності [5; 6]

Арттерапія започаткована на уявленнях про те, що створення і сприйняття візуальних образів є важливим аспектом пізнавальної діяльності людини; що візуальний образ є засобом комунікації між психотерапевтом і клієнтом [7].

Підтвердженням переваг методів арттерапії перед іншими формами психотерапії та психотерапії є:

- арттерапія – інструмент, який сприяє вільному самовираженню та самопізнанню;

- долучитися до арттерапевтичної роботи може кожен, незалежно від віку, статі, соціального статусу чи економічного потенціалу;

- арттерапевтична робота здебільшого полягає в тому, щоб підготувати людину до позитивних емоцій, подолати апатію та відсутність спонтанності, сформувані позитивне ставлення до життя, вдосконалили себе та навколишній світ;

- арттерапія має гарні результати та допомагає в роботі навіть з тими групами клієнтів, що мають певні мовні обмеження;

- арттерапевтичний методи мають певною мірою «інсайторієнтований» характер, тобто вони зумовлюють атмосферу довіри та спокою, допомагають зрозуміти внутрішній світ людини;

- за допомогою арттерапії можна активізувати творчий потенціал особистості та мобілізувати внутрішній механізм саморегуляції та самообілізації;

- арттерапія охоплює «м'які» прийоми і психокорекційні впливи [8, с. 5].

Арттерапія має багато напрямів і видів: ізотерапія; бібліотерапія; музикотерапія; казкотерапія; кінезітерапія; драматерапія; ігрова терапія; лялькотерапія; корекційна ритміка; хореотерапія, або лікування

танцем; вокалотерапія; імаготерапія.

Також деякі науковці виділяють ще такі види/підвиди арттерапії: грим та бодіарт, маскотерапія; колаж; оригамі; фототерапія.

Хотілося б також згадати про нові підходи, розроблені українськими арттерапевтами щодо використання казок і легендотерапії, у якій використовується героїчний епос, фентезі, міфодраматерапії. Також окремою формою арттерапії можна вважати і створення мультфільму за допомогою сучасних технологій анімації з терапевтичними цілями.

Щодо форм арттерапії, сьогодні визначають чотири форми арттерапії:

1. Пасивна арттерапія.
2. Активна арттерапія.
3. Одночасне використання першого та другого принципів.
4. Акцентування ролі самого психотерапевта, його взаємин з пацієнтом у процесі навчання творчості.

Повномасштабне російське вторгнення на територію України 24 лютого 2022 р. різко актуалізувало наукову проблематику, пов'язану з тероризмом, екстремізмом, реваншизмом, збройними конфліктами та війнами. Таким чином, проблеми, пов'язані з російсько-українською війною, є дуже актуальними й нагальними, зокрема, проблема надання оптимальної психотерапевтичної допомоги учасникам бойових дій та питання їхнього включення в умови мирного життя. Наслідки бойових психічних травм у різних проявах можуть даватися ознаки навіть через багато років [9, с. 8–12].

Реабілітаційні послуги – це спеціалізована допомога людям, які мають постійні проблеми зі здоров'ям [10].

Основними завданнями психологічної допомоги є: подолання кризових психічних станів військовослужбовців; відновлення психологічної витривалості військовослужбовців та їх психічної стійкості до впливу стресових чинників; профілактика виникнення конфліктних ситуацій у військових колективах; відновлення у військовослужбовців необхідного рівня психологічної готовності до виконання завдань; психологічна реабілітація військовослужбовців.

Психологічна допомога військовослужбовцям – учасникам бойових дій має містити кілька напрямків:

1. Діагностика синдрому соціально-психологічної дезадаптації у військовослужбовця (психоемоційного стану на «громадянці», використуваних стратегій адаптації, поведінки) на підставі результатів психодіагностики індивідуальних особливостей військовослужбовця.

2. Психологічне консультування (індивідуальне та сімейне). В індивідуальних розмовах необхідно дати військовослужбовцям можливість висловити все наболіле, виявляючи зацікавленість їхньою розповіддю. Потім доцільно роз'яснити, що стан, який переживається – тимчасовий, він притаманний усім, хто брав участь у бойових діях [11].



3. Психокорекційна робота. Психологічна корекція або психокорекція – це діяльність з виправлення тих особливостей психічного розвитку, які за прийнятою системою критеріїв не відповідають оптимальній моделі тощо.

4. Навчання навичкам саморегуляції (прийомів зняття напруженості за допомогою релаксації, аутотренінгу та інших методів).

5. Соціально-психологічні тренінги з метою підвищення адаптивності військовослужбовця та його особистісного розвитку.

6. Профорієнтація для сприяння професійному самовизначенню, перепідготовці та подальшому працевлаштуванню. Кожен учасник бойових дій повинен пройти психологічну та медичну реабілітацію. Тому слід говорити про загальну медико-психологічну реабілітацію (або допомогу) та соціальну підтримку воїнів, які беруть участь у бойових діях [12].

Під час арттерапії військовослужбовці мають можливість виразити свої почуття, думки та досвід у безпечному та некритичному середовищі. Мистецька творчість допомагає їм відсторонитися від тривожних, болючих спогадів і зосередитися на творчому процесі. Це особливо корисно тим, кому важко словесно виражати свої почуття, і для тих, хто відчуває сором із прямим висловленням своїх почуттів.

Арттерапія є дієвим інструментом для зняття стресу, а також сприяє відновленню психологічного здоров'я людей, зокрема військових.

#### Список використаних джерел

1. Бігун Н. І. Профілактична робота в практичній психології: навч.-метод. комплекс дисципліни. Кам'янець-Подільський : Медобори, 2017. 96 с.
2. Алещенко В. І. Психологічне забезпечення миротворчої діяльності військовослужбовців Збройних Сил України : монографія. Харків : ХУПС, 2018. 238 с.
3. Словник термінів. URL: [http://megalib.com.ua/content/271\\_Slovnik\\_terminiv.html](http://megalib.com.ua/content/271_Slovnik_terminiv.html).
4. Вознесенська О. Л. Арт-терапія як засіб психосоціального відновлення особистості. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки : [зб. наук. праць]. 2015. № 3 (29). С. 40-47.
5. Титаренко О. І., Каткова Т. А. Арт-терапія як засіб розвитку творчого потенціалу підлітків. Теорія і практика сучасної психології. 2019. № 2. Т. 2. С. 19-23.
6. Титаренко О. І., Каулько Д. В. Особливості формування психологічного клімату класного колективу підлітків засобами арт-терапії. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Психологічні науки. 2017. Вип. 2(2). С. 15-20.
7. Waller D. Becoming a Profession. The History of Art Therapy from 1940-1982. London and New York: Routledge, 1991.
8. Агаєв Н. А., Коқун О. М., Пішко І. О., Лозінська Н. С., Остапчук В. В. Збірник методик для діагностики негативних психічних станів військовослужбовців. Київ : НДЦ ГП ЗСУ, 2016. 130 с.
9. Авер'янова Н. Арт-терапія як засіб реабілітації учасників бойових дій в умовах російсько-українського збройного конфлікту. Українознавчий альманах. 2020. Вип. 26. С. 8-12.
10. Коқун О. М., Пішко І. О., Лозінська Н. С. Окремі соціально-психологічні характеристики військовослужбовців ЗС України, які виконують завдання в районі проведення АТО. Військова психологія у вимірах війни і миру: проблеми, досвід, перспективи: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. м. Київ. 02-03 березня 2018 р. Київ, 2018. С. 69-71.
11. Kulka R., Schlenger W. Trauma and the Vietnam war generation. NY : Brunner, 2020.
12. Матійків І. М. Тренінг емоційної компетентності : навч.-метод. посіб. Київ : Педагогічна думка, 2019. 112 с.

*Бондар Олена Миколаївна*  
здобувачка НАКККіМ  
Науковий керівник: *Головач Наталія Миколаївна,*  
кандидат філософських наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Функціонування закладів культури клубного типу в період воєнного стану**

Нині в Україні культурні та креативні індустрії переважно розвивається в рамках загальносвітових тенденцій, а розвиток інформаційних і комунікаційних технологій сприяють доступності культурних продуктів та послуг широким верствам населення. Проте, слід враховувати, що сучасна людина існує в принципово новому суспільстві, яке вимагає усвідомленого відношення до задоволення своїх потреб, тим самим важливе місце у системі задоволення культурних потреб відіграють сім'я, ЗМІ та соціокультурні інститути. А тому, на думку Т. Філіної, держава має підтримувати процес виробництва, реалізації і споживання культурних продуктів та надавати своїм громадянам вільний доступ до них для всебічного задоволення духовно-культурних потреб. Як зазначає Т. Філіна, то це можливо, якщо культурні продукти будуть розглядатися як високодуховні інтелектуальні надбання культури і, водночас, як продукти споживання, що підпорядковуються законам ринку та ринкової конкуренції [4].

Свою чергою, культурна політика України відповідає світовим трендам, адже передбачає державну підтримку «національного культурного продукту», підтримку української мови як офіційної, а розвиток креативних галузей є однією з пріоритетних цілей «Довгострокової стратегії розвитку української культури» до 2025 року. Проте, нині соціокультурна сфера є найвразливішою, так як функціонує в умовах воєнного стану та бюджетного дефіциту, яке здійснюється «за залишковим принципом», бо кошти зазвичай виділяються в останню чергу або за дуже скороченою формою. Втім, в умовах воєнного стану, галузь культури продовжує розвиватись не дивлячись на складну загальноекономічну ситуацію в країні [1].

З початком повномасштабного вторгнення заклади культури змінили формат роботи, зокрема стали тимчасовим прихистком для вимушено переміщених осіб, гуманітарними штабами для допомоги військовим та переселенцям, виробництвом плетіння маскувальних сіток та «Кікімор» для потреб військових на фронті тощо. Так, за 2022 рік працівниками культури було сплетено тисячі кілометрів маскувальних сіток та близько 10000 «Кікімор», а близько 80% стали волонтерами які допомагають ЗСУ, а саме проводять благодійні концерти, перевозять гуманітарну допомогу на фронт, оголошують збори на підтримку армії, тримають культурний фронт, підтримуючи моральний дух населення [1].

Нині однією з організаційних проблем функціонування закладів культури є їх економічна неприбутковість, хоча вони є соціально необхідними. До цього додалися проблеми спричинені військовими діями, а саме руйнування та знищення, простої, дистанційна робота, функціонування за несприятливих умов, відтік кадрів, внаслідок вимушеної міграції, низький рівень заробітної плати, мобілізація тощо. Наприклад, за даними Міністерства культури та інформаційної політики 1605 об'єктів інфраструктури сфери культури було знищено або постраждало, серед яких на першому місці клубні заклади 48%, які відіграють важливу роль в духовно-культурному розвитку особистості саме в сільській місцевості [3, с. 319].

Сучасні умови змушують заклади культури адаптуватися і підлаштовуватись під нові реалії та переформовувати культурно-мистецькі заходи, так як в соціумі переважає думка, що розважальні заходи під час війни є недоречними і не етичними, а також слід враховувати травматичний досвід, який пережили люди. Нині будь-яка культурно-мистецька діяльність сприймається населенням через призму війни, але разом із тим вони носять і підтримуючий, психологічний характер для населення [1].

Попри критичні умови функціонування, перед закладами культури, зокрема на селі, постають завдання збереження українських традицій, інтеграція різних верств населення у соціокультурне середовище, оновлення форм і методів роботи тощо. Слід пам'ятати, що сільські будинки культури напряму пов'язані із потребами громади, територіально наближені до мешканців, а тому можуть оперативно реагувати на їх культурні запити, тим самим надавати відповідні послуги [3, с. 320].

В умовах воєнної кризи та економічних негараздів, заклади культури, зокрема на селі розширюють свої функції, а працівникам культурної сфери доводиться підлаштовуватися під зміни і нові реалії, бути гнучкими, приймати рішення в умовах невизначеності, проявляти лідерські якості, адаптувати проєкти тощо, а внаслідок скорочення державного бюджету менеджерів сфери культури доводиться акцентувати свою увагу на написанні грантових проєктів [1].

Останніми роками в Україні відбувалися численні зміни, як позитивні, так і негативні, а організація інфраструктури культурно-дозвілдової сфери перебувала в стані трансформації, зокрема традиційна структура клубних закладів руйнувалася, занепадала, потерпала від недофінансування [2, с. 93].

Нині ці установи сприяють розвитку громади, інтегрують місцеве населення та вимушено переміщених осіб, реалізують профілактику соціального відчуження, надаючи культурні послуги. А тому необхідно вдосконалювати клубні заклади інноваційними формами і методами роботи, а також задовольняти потреби кожної особистості надаючи якісні культурні продукти та послуги [2, с. 94].

Саме ефективний менеджмент закладів культури, зокрема на селі з використанням стратегічного, ситуативного менеджменту під час планування діяльності, ефективного розподілу ресурсів тощо, може позитивно вплинути на їх ефективну практичну діяльність та вдосконалити процес надання культурних послуг [3, с. 321].

В сучасних умовах військової агресії визначальним чинником повоєнного розвитку, на думку С. Супрун, є підготовка кадрового потенціалу для сільських будинків культури, а саме кваліфікованих менеджерів соціокультурної діяльності, які б проводили якісні дослідження потреб громади села, вивчали історію, традиції, демографічні показники, впроваджували нововведення і знаходили необхідні ресурси для їх впровадження, розробляли і втілювали соціокультурні проекти, зокрема повоєнної розбудови [3, с. 322].

Отже, нині заклади культури клубного типу відіграють важливу роль у духовно-культурному розвитку населення, зокрема на селі. А тому є потреба у вдосконаленні їх діяльності за рахунок впровадження інноваційних форм і методів роботи, що посприяє задоволенню потреб кожної особистості надаючи якісні культурні послуги.

#### **Список використаних джерел**

1. Бітюк М., Бердичевська О. Перспективи розвитку сфери культури у період воєнного стану // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», (4 (110), 2023. 96-99. URL: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-4-14> (дата звернення: 20.04.2024).
2. Свирид І. Є. Інституціональні зміни в структурі клубних закладів // Культурологічний альманах: Випуск 13. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2020. С. 90-94.
3. Супрун С. С., Пономаренко Л. І. Соціально-виховна місія сільських закладів культури у воєнний та повоєнний час // Сучасні реалії та перспективи соціального виховання особистості в різних соціальних інституціях: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 27 жовтня 2023 р.: збірник наукових праць. Х.: ХНПУ імені Г.С. Сковороди, 2023. С. 319-322.
4. Філіна Т. В. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини // Культура і сучасність : альманах. 2021. ґ 1. С. 228-232.

**Головацький Данило Ігорович**

*здобувач НАКККіМ*

*<https://orcid.org/0009-0000-8491-0818>*

*Науковий керівник: **Воробйова Наталія Петрівна,***

*кандидат економічних наук, доцент кафедри*

*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Просування бренду компанії в соціальних мережах: сучасна практика**

В епоху глобальної інтернет-комунікації для більшості людей та бізнесів соціальні медіа стали невід'ємною частиною життя та роботи: люди споживають контент, обмінюються думками та вподобаннями,

висвітлюють події життя, при покупці товарів та послуг порівнюють ціни від різних виробників, аналізують відгуки. Саме тому, маркетинг в соціальних медіа (social media marketing) – органічний та вдалий формат просування бренду. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що перенесення бізнесу в онлайн-формат стало нагальною необхідністю та засадничою умовою існування бізнесу. Присутність і просування компанії в соціальних мережах відкриває можливості створення нових каналів продажів і комунікації зі своїми споживачами, допомагає не втрачати позиції в своєму сегменті ринку навіть у період кризи. З цієї причини актуалізується необхідність досліджувати особливості методик просування бізнесу в соціальних мережах за допомогою інструментів SMM і визначати, яким чином це впливає на ефективність роботи компаній в умовах сучасного ринку. Даним дослідженням пропонується виявити характерні переваги та ризики використання SMM-просування брендів, розробити стратегії просування бренду компанії в соціальних мережах за допомогою інструментів SMM (на прикладі компанії «Vinevos. Home renovation»), аргументувати доцільність використання такого методу.

Практичне значення дослідження полягає у тому, що результати та алгоритм створеної стратегії просування бренду компанії можуть бути використані як в подальших наукових дослідженнях в аспекті розвитку маркетингових технологій для соціальних мереж, так і в практичній діяльності українських бізнесів: розробці конкретних методів вдосконалення стратегії просування бренду в соціальних мережах на основі зібраних даних.

Частка українців, які користуються інтернетом щодня, за перший квартал 2024 року зросла з 72% до 80%. Про це свідчать результати опитування Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), проведеного за підтримки UNDP і Швеції. [6] Отже, логічним буде зауважити, що стратегія успішного просування і позиціонування сучасного бренду в соціальних мережах необхідна. Теорія «4-P» є класичним прийомом для планування того, що запропонувати і як запропонувати клієнтам: товар або послуга (product), ціна (price), місце розташування торгової точки (place), просування (promotion). Вся інформація має бути достовірною та правдивою, щоб аудиторія була зацікавлена слідувати за діяльністю за пропозиціями компанії. Репутація – сенс існування бренду.

Поняття SMM досить давно закріпилась у сфері маркетингу та реклами, проте позиції науковців щодо визначення терміну відрізняються. Дослідник М. Адрюшкевич вважає, що маркетинг в соціальних мережах (SMM) передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренду завдяки використанню соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів. Науковці К. Тратнер і Ф. Каппе стверджують, що SMM — це процес отримання

трафіку для сайту для впровадження маркетингових інструментів у соціальних мережах. Вчений-дослідник Д. Терехов подає узагальнене визначення: «просування у соціальних медіа (SMM) — це комплекс заходів щодо використання соціальних мереж як каналів для просування підприємств та вирішення інших бізнес-завдань».[2]

Слід зауважити, що маркетинг-кампанії у соціальних мережах також використовуються як ключове джерело збільшення відвідуваності сайту. Такий спосіб, наприклад, використовують новинні портали. Цілями можуть бути підвищення впізнаваності, лояльності бренда, закріплення постійної комунікації з аудиторією, створення позитивного іміджу, прямий продаж товарів, послуг тощо. Головна особливість використання інструментів SMM полягає в тому, що увага маркетологів компанії спрямовується на створення та удосконалення контенту, і саме унікальність контенту є основним джерелом стратегування і подальшого просування бренду.

Для посилення позицій бренду на ринку важливо відчувати потреби та настрої споживачів і постійно комунікувати з цільовою аудиторією компанії. Маркетологи почали активно використовувати соціальні мережі як окремий канал комунікації зі споживачами. За даними Hootsuite (платформа з управління соцмережами) станом на січень 2021 року загальна кількість користувачів соціальних мереж по всьому світу становить 4,20 мільярдів людей. У порівнянні з січнем 2020 року, ця кількість зросла на 13,2%, тобто додалось 490 мільйонів нових користувачів. Звіт Hootsuite за 2023 рік (анкетування проведено в березні – квітні) базується на опитуванні 3842 кваліфікованих спеціалістів із соціального маркетингу. Основні дані були доповнені вторинними дослідженнями The Conference Board, Marketing Week, Pew Research, McKinsey, Бюро статистики праці США, Mind Share Partners, American Psychological Association, LinkedIn, Built In та інших. Серед цієї великої кількості різноманітних соціальних мереж та їх користувачів компанії різного спрямування прагнуть визначити свою цільову аудиторію і розпочати комунікацію, вирішувати бізнес-задачі. Для цього обираються ті, що за змістом, функціональністю, типологією користувачів, демографічними даними будуть відповідати критеріям бізнесу.

За результатами опитування R&B Group (українська компанія маркетингових і соціологічних досліджень) показує, що у січні 2020 року, найпопулярніша соцмережа в Україні — це Facebook (58% опитаних). YouTube посідає друге місце (41%), Instagram — третє (28%), далі — Telegram (14%) [3]. За даними дослідження Kantar Україна (представник британської компанії Kantar в галузі маркетингових досліджень) серед мобільних інтернет-користувачів найпопулярнішим застосунком став YouTube (96,1%), наступними є Facebook (88,5%) та Instagram (74,3%), стрімко розвивається платформа TikTok. Ця статистика є підтвердженням того, чому українські компанії обирають для

просування три ключові платформи: Facebook, Instagram, YouTube. Facebook та Instagram мають найзручніший функціонал для створення комерційних акаунтів: розширена статистика, можливість використання інструментів реклами та просування бізнесу, можливість керувати рекламою на декількох майданчиках з одного особистого кабінету. Для створення контенту компаніям не потрібно мати багато ресурсів.

Як повідомляє [usr.biz.ua](http://usr.biz.ua), співробітники транснаціональної корпорації Google вирішили розібратися в мотивації покупця і на 10-му щорічному саміті з Customer Experience Management (Відень, 2019 рік) презентували результати власного дослідження того, як люди приймають рішення про купівлю. Як виявилось, потенційний покупець або отримувач послуги зупиняється в циклі «пошук – вибір». Завдання маркетолога на цьому етапі – перемогти цю петлю. Було виявлено сім поведінкових принципів, які допомагають розірвати петлю (у Google провели 15 000 симуляцій купівель): 1.Тимчасове обмеження. 2.Кількісне обмеження. 3.Соціальні норми. 4.Категорійні підказки. 5.Авторитетна думка. (Значки, що ця купівля схвалена галузевими майданчиками, сервісами тощо, працюватимуть на користь вибору конкретної пропозиції). 6.Просто активне існування в інформаційному просторі. 7.Щось безкоштовне. За рекомендаціями від Google необхідно: разом із маркетингом і продажами згенерувати гіпотезу; протестувати креативність; визначити, що з цих семи принципів працює саме на просування бренду компанії; працювати інтеракційно, розробляючи гіпотезу, тестуючи її, запускаючи та розробляючи наступну.

Ключовими для визначення напрямів роботи. О. Вовчук та Шпилик С. виділяють основні напрями SMM: «створення та брендинг корпоративних сторінок (спільнот, груп); контент-менеджмент (ведення сторінки, публікація постів, модерація коментарів); таргетована реклама та промопости; «розкрутка» сторінок (офери, лайки тощо)» [1]. За умови успішного виконання завдань, компанія налаштовує стійку двосторонню комунікацію між брендом та його аудиторією, відслідковує зміни думок про продукт чи послугу та настроїв споживачів, аналізує поведінку споживачів. Отже, SMM-фахівець за допомогою системної роботи може налагодити комунікацію, обрати потрібну манеру подачі контенту та вчасно відповісти на відгук.

Висновок. Сучасні соціальні медіа дозволяють бізнесу вибудувати довгострокові відносини зі своїми споживачами, формувати їх лояльність, управляти репутацією фірми, підвищувати продажі та вирішувати завдання розвитку бізнесу. Варто розуміти, що неможливо виділити одну конкретну ціль і працювати тільки у цьому напрямку: всі завдання SMM мають одну мету – працювати на підвищення впізнаваності бренду компанії, що впливає на результати роботи та прибутки бізнесу. SMM є популярним та перспективним напрямком інтернет-маркетингу.

### Список використаних джерел

1. Вовчук О., Шпилик С. SMM-просування у соціальних мережах. Матеріали Регіональної науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств сучасному науково-технічному середовищі», 20 грудня 2017 року. ТНТУ. 2017. С. 137–138.
2. Терехов Д. С. SMM-маркетинг у системі управління сучасним підприємством. Наука й економіка. 2015. №1. С. 77–79.
3. Фірсова С. Г., Слуцька А. П. Маркетинг в соціальних медіа як технологія політичного брендингу. Ефективна економіка. 2021. № 2. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8653> (дата звернення: 30.04.2024).
4. <https://minfin.com.ua/ua/2024/01/28/120490102/>

**Дем'янов Василь Васильович**

*здобувач Київського національного  
університету культури і мистецтв.*

*Науковий керівник: Поліщук Людмила Олександрівна,  
кандидат культурології, доцент Київського національного  
університету культури і мистецтв.*

## **Перспективи розвитку закладів культури клубного типу в сучасній Україні**

У сучасній Україні заклади культури клубного типу мають перспективи розвитку завдяки багатьом факторам. Одним із найважливіших є зростання інтересу громадськості до культурних заходів та спільних ініціатив. Клуби можуть стати майданчиками для зустрічей, обміну ідеями, творчого вираження та активного спілкування між різними групами населення. Проте є й певні об'єктивні обставини, що гальмують процес удосконалення діяльності українських закладів клубного типу, серед них можемо виокремити: недосконалість законодавчої бази, кадрові проблеми, матеріально-технічне забезпечення тощо.

На деяких аспектах діяльності сільських закладів клубного типу акцентує увагу Л. Поліщук. Зазначається, що у селах клуби є чи не єдиними закладами для проведення дозвілля та налагодження контактів між мешканцями. Тому, насамперед, необхідно вирішити такі завдання: забезпечення збереження та розвитку соціокультурного потенціалу та культурної спадщини села; створення цілісних і різнопланових соціально-культурних інститутів, що об'єднують різноманітні організації, такі як заклади відпочинку, спортивні та навчальні заклади, кафе, кафе-клуби тощо; розвиток культурних комплексів між селами та громадами для підвищення комфорту від реконструйованих клубних територій; залучення молоді із села до розвитку національної культури та розкриття її талантів і здібностей [2, 78].

Попри те, що дане дослідження було проведене ще у 2013 році,



його можна вважати досить актуальним, враховуючи поточний стан функціонування закладів культури у сільській місцевості.

Серед сучасніших досліджень, присвячених діяльності клубних закладів, варта уваги стаття І. Свирид (2020 р.), яка аналізує інституціональні зміни їхньої структури. Зокрема, науковиця досліджує специфіку дозвілля, наголошуючи на важливості розвитку клубних закладів, соціально-культурних просторів з метою всебічного удосконалення особистості у сфері вільного часу. Згідно її висновків, на сьогоднішній день залишаються невирішеними такі проблеми – недосконала інфраструктура, технічне оснащення та небажання до впровадження інноваційних технологій. Зазначені недоліки гальмують модернізацію клубних закладів, негативно впливають на розвиток громадянського суспільства. У зв'язку з цим, на думку І. Свирид, необхідно вдосконалити клубну базу та її дозвілєву сферу з використанням інноваційних форм і методів, визначити основні пріоритети реформування та розробити систему регулювання і координації [5, 92–93].

Повертаючись до подій сучасних, варто відзначити, що законодавчі ініціативи, спрямовані на реформування клубних інституцій, враховують результати досліджень стосовно закладів культури клубного типу.

Згідно чинного законодавства, впродовж кількох років триває територіально-адміністративна реформа, в межах якої створюються нові заклади, що принципово відрізняються від звичних для нас клубів. Натомість клуби та інші сільські заклади культури територіальних громад стають структурними підрозділами Центрів культурних послуги (ЦКП). ЦКП – це заклад культури, який зручно розташований для жителів територіальної громади/прилеглої територіальної громади, має кваліфікований персонал та сучасну матеріально-технічну базу з урахуванням чисельності, віку, статі, національної та етнічної приналежності мешканців; забезпечує умови для творчості, неформальної освіти та спілкування в територіальній громаді [4].

Серед прикладів організації діяльності ЦКП можемо охарактеризувати досвід Крупецької ТГ Рівненської області. Центр культурних послуг у цій громаді створено наприкінці 2023 року, шляхом відкритого конкурсу відбувся вибір кандидата на посаду його директора. Центр веде активну роботу не лише у межах адміністративного центру громади, а й у інших селах. Інформація про всі напрями діяльності та заходи висвічується на власній сторінці у соціальній мережі Facebook [1]. Таким чином ЦКП рекламує свої послуги, розширює аудиторію, сприяє її активності та залученню до послуг, які надаються закладом.

Центру культурних послуг Крупецької сільської ради надає широкий спектр послуг, починаючи від господарсько-побутових і завершуючи організаційними та культурно-дозвілєвими. Зокрема, це – надання в оренду приміщень для проведення вистав, театральних та музичних

постановок, концертів, інших постановок, виступів гастрольних колективів, артистичних груп та окремих артистів, а також проведення концертів-презентацій, фестивалів, циркових вистав, семінарів та інших заходів; виконання робіт на замовлення – написання сценаріїв; постановочна робота і проведення заходів за заявками підприємств, установ та організацій; організація та/або проведення культурно-масових заходів, семінарів, майстер-класів, концертів, дискотеки, фестивалів, виставок і вистав (послуги музичного оформлення, послуги мультимедійного забезпечення, послуги художнього оформлення); культурно-дозвілєві послуги – показ слайд-фільмів, відеофільмів і кіно програм; проведення вечорів відпочинку; та інші – копіювання та друк документів [3, 9].

Отже, заклади культури клубного типу в Україні вже впродовж багатьох років потребують якісних змін. Цю тему досліджували видатні українські науковці, аналізуючи проблеми та пропонуючи власні методи їх вирішення. Зараз ми можемо спостерігати поступовий рух до вдосконалення закладів культури – за допомогою створення ЦКП, та переформатування чинних клубів і будинків культури.

#### **Список використаних джерел**

1. КЗ «Центр культурних послуг» Крупецької сільської ради. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/groups/1370941423526820> (дата звернення: 25.04.2024).
2. Поліщук Л. О. Перспективи розвитку клубів в Україні. *Вісник НАКККіМ*. 2013. № 3. С. 75–79.
3. Проект рішення : Про затв. Положення про надання плат. послуг комун. закл. «Центр культур. послуг» Круп. сільради Дуб. р-ну Рівн. обл., їх переліку та тарифів від 03.04.2024 р.
4. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI : станом на 21 верес. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 25.04.2024).
5. Свирид І. Є. Інституціональні зміни в структурі клубних закладів. *Культурологічний альманах*. 2020. № 13. С. 90–93.

*Дерій Анастасія Віталіївна*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Головач Наталія Миколаївна,*

*кандидат філософських наук, доцент*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Інноваційні аспекти менеджменту соціокультурної діяльності**

Соціокультурна діяльність завжди розвивається з урахуванням актуальних економічних, політичних та соціальних подій. Менеджмент соціокультурної діяльності будується на тому, які актуальні потреби споживача соціокультурного продукту мають задовольнятися, а тому він повинен постійно впроваджувати інноваційні технології, адже динамічна глобалізація, впровадження інтернет-технологій та автома-

тизація більшості культурних процесів впливає на переосмислення та адаптацію культурних практик і традицій, що відображається на всіх етапах соціокультурної діяльності.

У свою чергу ці зміни вимагають від менеджменту соціокультурної діяльності не лише відстежувати актуальні тренди та прогнозувати майбутні потреби споживачів, але й оперативно реагувати на виклики часу, вносячи корективи у стратегії розвитку культурних проєктів та програм.

Саме тому інновації останнім часом стали основою менеджменту соціокультурної діяльності. Інноваційний менеджмент враховує актуальні потреби споживача, швидко реагуючи на них та впроваджує нові івент-технології. Динамічний розвиток спеціальних подій у сфері культурно-дозвіллевої діяльності робить їх дослідження особливо продуктивним. О. Радіонова, яка займається вивченням івент-технологій та подієвого менеджменту, вказує на те, що івент-технологія перетворює заходи у виняткові події з точки зору відвідувачів, додаючи їм допоміжні ефекти. Вона наголошує, що ключ до успіху таких технологій лежить у ретельному плануванні та бездоганній організації кожного заходу [4].

Враховуючи, що раніше дотримання одного стандарту в організації подій могло мати певний вплив на аудиторію, сьогодні такий підхід вже не є достатнім. В умовах, коли сучасне суспільство майже повністю залежить від інтернету, де люди працюють, відпочивають і живуть за принципом «швидше зауглити, ніж запитати», закладам культури необхідно переглянути свої методи роботи. Це означає активну присутність та популяризацію своєї діяльності у соціальних мережах для залучення потенційних відвідувачів.

Сфера дозвілля охоплює різноманітні аспекти життєдіяльності людини, де вона не обмежена зовнішніми чинниками і керується власними бажаннями та уподобаннями. Так, активність людини на дозвіллі залежить від її внутрішніх настановлень, які можуть сприяти або перешкоджати розвитку, самоусвідомленню та задоволенню особистісних потреб. Вибір конкретного виду дозвіллевої активності визначається її індивідуальною та соціальною значущістю для особистості, а змістовне наповнення дозвіллевих занять відображає цілі та завдання, які людина ставить перед собою, включаючи набуття знань та навичок, формування практичних поведінкових норм, засвоєння культурних цінностей інших культур, вдосконалення або оволодіння різними аспектами соціальної діяльності [1, 3].

З огляду на те, що ефективність попередньо проведених заходів не дає змоги їх просто скопіювати для майбутніх подій, необхідність розробляти кожен новий івент з нуля стає очевидною. Це пов'язано з тим, що технології постійно розвиваються, а смаки людей змінюються, що робить кожен подію унікальною і вимагає індивідуального підходу

до її організації. Немає універсальних рішень, адже один і той же метод не може бути застосованим для вирішення різних завдань. Крім того, при плануванні івента потрібно враховувати різноманітні фактори, які можуть змінюватися навіть у процесі проведення заходу. У таких ситуаціях важливо залучити весь наявний здоровий глузд і вдаватися до імпровізації, керуючись поставленою метою, загальною концепцією івента та обставинами, що виникли [2].

Крім того, сам менеджер соціокультурної діяльності є суб'єктом інновацій. Формування ефективного менеджменту, здатного до інновацій, має враховувати нові тенденції в науці, педагогіці, психології, теорії та практиці менеджменту, бути гнучким та пристосованим до потреб ринку праці [3].

Сучасний професійний менеджер має відповідати високим вимогам кваліфікації, адже на посадах менеджерів очікуються фахівці з різними рівнями компетентності — від помічників до керівників проєктів, що підтверджується системами сертифікації, такі як IPMA. Робота сучасних менеджерів включає в себе наукові, технічні аспекти, економічні, соціальні та психологічні, що вимагає від них повсякденного демонстрування широкого спектру навичок.

Сучасна економіка, яка є динамічним середовищем з високим рівнем знань, ризиків, мереж і інновацій, ставить перед навчальними закладами завдання формувати у майбутніх менеджерів необхідні якості для успішного впровадження та управління інноваціями. Таким чином, фахівці високої кваліфікації часто самі стають ініціаторами інновацій, виступаючи їх авторами та мотиваторами [5].

Отже, серед інноваційних аспектів соціокультурного менеджменту особливу увагу приділяють компетенції менеджера, інноваційним засобам і підходам до управління. Соціокультурна діяльність невпинно розвивається, враховуючи актуальні економічні, політичні та соціальні події, що вимагає від менеджменту адаптації до змін та передбачення майбутніх потреб споживачів. Цей процес обумовлений глобалізацією, розвитком інтернет-технологій та автоматизацією, що спонукає до переосмислення культурних практик та стратегій їх розвитку.

Інноваційний менеджмент у соціокультурній сфері, таким чином, базується на гнучкому підході до реагування на потреби споживачів, розвитку новітніх івент-технологій та створення унікального досвіду для відвідувачів.

#### Список використаних джерел

1. Культурно-дозвілєва діяльність у сучасному світі: кол. монографія. Київ : Ліра-К, 2017. 328 с. Одеса, 2018. 78 с.
2. Гриньків, А. П. (2019). Соціокультурна vs соціально-культурна діяльність. Гілея. Вип. 146 (№ 7), ч. 2: Філософські науки, 53-56.
3. Глушман Т. М. Компоненти професійної культури майбутнього менеджера організацій. Scientific Journal «Science Rise: PedagogicalEducation».2016. No5 (1).
4. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2015. 67 с.

5. Любарець В. В. Теорія і практика професійної підготовки майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності в умовах інформаційно-освітнього середовища : дис. д-ра пед. наук : 13.00.04/ Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2019. 515 с.

*Засенко Євгенія Ярославівна*  
здобувачка НАКККіМ  
Науковий керівник: *Головач Наталія Миколаївна*,  
кандидат філософських наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Перспективи розвитку закладів культури клубного типу в сучасному соціокультурному просторі України**

Нині важливими умовами ефективного функціонування будь-якої сфери, зокрема соціокультурної, є її розвиток, удосконалення та інноваційність. Досвід функціонування сучасних закладів культури показує, що вони можуть бути інноваційними та унікальними соціокультурними комплексами, здатними забезпечити реалізацію дозвіллевого потенціалу та формування духовно розвиненої особистості [3].

Тому, як слушно зауважує О. Копієвська, інновації мають стати невід'ємною частиною діяльності закладів культури, оскільки вони мають потужний потенціал для розробки багатьох необхідних суспільству рішень. Якщо технічні інновації та їх ефективність можна виміряти за допомогою конкретних показників, то ефективність культурних інновацій, які займають значне місце в сучасному світі, визначити складно, але саме інновації мають стати основою стратегічного розвитку закладу культури [2].

Водночас Ю. Приймачук зауважує, що зміни, які відбуваються в культурно-дозвіллевому середовищі, інновації, які стрімко входять у наше життя, доступ до всесвітньої мережі Інтернет, вимагають від працівників сфери культури бути «включеними» в ці процеси, розробляти і впроваджувати сучасні форми роботи, які здатні залучити нових відвідувачів і підтримати інтерес постійних [6]. Тим паче, коли Україна рухається до європейської демократичної моделі, а клубні заклади відіграють важливу роль, оскільки вони є осередками, які зосереджують свою діяльність на:

- збереженні та розвитку традиційного народного мистецтва;
- задоволенні культурно-естетичних потреб населення шляхом залучення до культурно-дозвіллевої діяльності та культурно-просвітницької роботи;
- наданні культурних послуг в різних населених пунктах, включаючи села, районні центри та малі міста.

А тому, необхідно створити комфортні умови для відвідувачів закладів культури, зокрема:

- візуальну привабливість закладів;
- сучасне технічне та матеріальне забезпечення;
- клієнтоорієнтованість та інклюзивність тощо.

Наразі українське суспільство переживає етап реформування культурної сфери, зокрема мережі закладів культури клубного типу, що включає процес цільового призначення, функцій та структури традиційних клубних закладів та зумовлює необхідність створення центрів надання культурних послуг у громадах. Наприклад, Міністерство культури та інформаційної політики України наказом № 466 від 1 грудня 2022 року затвердило Методичні рекомендації щодо створення та організації діяльності центрів надання культурних послуг у територіальних громадах, щоб допомогти оптимізувати процес ефективної культурно-дозвілдової роботи в громадах [4]. Водночас було розроблено посібник «Центр культурних послуг у територіальній громаді» громадською організацією «Товариство дослідників України» за підтримки Швейцарії у співпраці з Міністерством культури та інформаційної політики України в рамках проєкту «Центри культурних послуг як інструмент згуртування громад».

Тому сьогодні перспективним напрямом оптимізації роботи закладів культури в громадах є створення центрів культурного обслуговування у формі багатофункціональних закладів культури освітньо-дозвілдової діяльності з сучасною матеріально-технічною базою та спроможністю надавати якісні культурні послуги, забезпечувати неформальну освіту та комунікацію для місцевих мешканців. Робочі зони центрів культурних послуг мають бути спроектовані відповідно до потреб та інтересів місцевої громади, включаючи кінотеатри, бібліотеки, клубну діяльність, молодіжні центри, організацію публічних просторів для спілкування, а також майданчики для проведення культурно-розважальних заходів. Таким чином, відмінними характеристиками центрів культурних послуг мають бути:

- швидке реагування на культурні потреби;
- платформа для формування основ економічного розвитку;
- співпраця та осередок культурного розвитку громади [5].

Однак слід враховувати, що в сучасній Україні, на думку Т. Філіної, існує низка проблем, які впливають на формування культурних потреб українців, серед яких:

- недостатнє фінансування культурного сектору;
- недостатнє впровадження програм культурного розвитку на місцевому рівні;
- недостатня кількість закладів культури та їх територіальна віддаленість від споживачів;
- низький рівень інформаційної доступності закладів культури;
- фінансова неспроможність громадян [8].

Перспективними напрямками подальшої роботи клубних закладів є

вивчення вподобань, потреб та інтересів різних категорій населення, визначення шляхів мотивації до активного дозвілля і на цій основі планування та реалізація сучасних дозвіллевих програм та проєктів [7].

Проте, для альтернативного фінансування розвитку закладів культури, експерти рекомендують активніше впроваджувати проєктну діяльність та розвивати партнерства на місцевому, національному та міжнародному рівнях, оскільки в умовах дефіциту бюджетів як державного, так і громад під час війни та післявоєнної відбудови, актуальними можуть стати допомога міжнародних організацій через цільові гранти та фінансування, підтримка міст-побратимів та міжмуніципальне партнерство через пошук партнерських установ тощо. Це також буде важливим для відбудови зруйнованих закладів культури, оскільки під час бойових дій, у деяких регіонах України, значна частина інфраструктури закладів культури була частково або повністю зруйнована [1].

Отже, одним із важливих факторів розвитку суспільства є культура, яка є механізмом адаптації людини в суспільстві. Важливу роль в духовно-культурному розвитку особистості відіграють заклади культури, зокрема клубні. А враховуючи виклики сьогодення, то перспективним напрямом оптимізації роботи закладів культури в громадах є створення центрів культурних послуг, які б задовольняли потреби населення громади та надавали якісні послуги.

#### Список використаних джерел

1. Головач Н.М. Трансформація закладів культури в об'єднаних громадах // Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. (Київ, 09 листопада 2023 р.). Київ : НАКККіМ, 2023. С. 70-72
2. Копієвська О.Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.): дис.... д-ра культурології: 26.00.06. К., 2018. 487 с.
3. Корнійчук Н. Інноваційні моделі клубної діяльності в Україні. URL: [https://www.google.com/search?q=3.+%\(дата звернення 04.04.2024\)](https://www.google.com/search?q=3.+%(дата звернення 04.04.2024)).
4. Наказ № 466 від 1 грудня 2022 року Міністерства культури та інформаційної політики України «Методичні рекомендації щодо створення і організації функціонування центрів культурних послуг у територіальних громадах». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MUS38584> (дата звернення: 04. 04. 2024).
5. Посібник Центр культурних послуг у територіальній громаді / Петраков Я., Кулінич М., Чмир О., Копил О., Остапенко П., Остапенко Д. / Проєкт «Центри культурних послуг, як інструмент згуртованості громади», Міністерство культури та інформаційної політики України, Товариство дослідників України Київ.: 2022. 296 с.
6. Приймачук Ю.С. Інноваційні форми роботи клубних закладів у сучасних умовах URL: [http://www.nmck-volyn.com.ua/scenarios\\_detail.php?id=562](http://www.nmck-volyn.com.ua/scenarios_detail.php?id=562)(дата звернення: 14. 03. 2024).
7. Свирид І. Є. Інституціональні зміни в структурі клубних закладів // Культурологічний альманах: Випуск 13. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2020. С. 90-94.
8. Філіпа Т. В. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. Культура і сучасність : альманах. 2021. т 1. С. 228-232.

*Козицький Віталій Сергійович*

*здобувач НАКККіМ*

*Науковий керівник: Головач Наталія Миколаївна,*

*кандидат філософських наук, доцент кафедри*

*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Роль музичного мистецтва у задоволенні духовно-культурних потреб військовослужбовців України**

На сучасному етапі, з огляду на виклики сьогодення, духовно-культурний розвиток українських військовослужбовців набуває все більшого значення. На сьогоднішній день в українських військових формуваннях накопичено певний досвід виховання військовослужбовців засобами художньої самодіяльності, який має поєднуватися з навчально-пізнавальною діяльністю і включати в себе:

- ознайомлення із загальною історією мистецтва;
- використання театральних колективів;
- використання колективів музичного мистецтва, серед яких академічні хори та ансамблі, хори народної пісні, вокальні ансамблі, ансамблі пісні і танцю, духові оркестри, оркестри народних інструментів, естрадні колективи, вокально-інструментальні ансамблі;
- використання колективів хореографічного мистецтва, які включають народний, класичний, естрадний, спортивний, етнографічний та бальний танці [4, с. 65];
- використання гуртків образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва;
- використання літературних колективів;
- використання гуртків циркового мистецтва (артистів оригінального жанру);
- використання кіно- та фотогуртків [4, с. 66].

Заклади та підрозділи культури, до яких належать будинки офіцерів, музеї, ансамблі пісні і танцю, військові оркестри, військові клуби, бібліотеки, спрямовують свою діяльність на творчий розвиток військовослужбовців, задоволення їх духовно-культурних потреб та сприяють національно-патріотичному вихованню. Не останню роль відіграє музичне мистецтво, яке має емоційний вплив на духовний світ військовослужбовців. Сфера музичного виконавства охоплює широкий спектр музично-виконавського мистецтва, включаючи фольклор, кобзарське мистецтво, сучасні імпровізаційні жанри, в тому числі джаз, деякі види рок-музики тощо. Військова музика виконується військовим ансамблем, духовим оркестром або окремими виконавцями творів службово-стройового репертуару на урочистостях та церемоніях за участю військ. Військові музичні колективи України зосереджують свою роботу на:

- концертній діяльності;



- художньо-репертуарній та методичній роботі;
- міжнародному представництві культури України та її Збройних Сил;
- фінансово-економічній діяльності [3].

Військові музичні колективи представляють Україну по всьому світі, популяризуючи національне мистецтво та сприяють створенню позитивного іміджу України. Громадяни таких країн, як США, Канада, Туніс, Франція, Німеччина, Іспанія, Данія та інші, мали можливість познайомитися з музичними творами українського мистецтва [3]. Наприклад, у січні 2024 року військовий оркестр 8-го Чернігівського центру ДССТ під керівництвом полковника М. Смаля представляв Україну в Німеччині в рамках найбільшого фестивалю військових маршових оркестрів Європи «MusikParade 2024». Впродовж трьох днів військові музиканти, разом з творчим колективом мажореток «Фесерія» Львівської школи мистецтв №5, брали участь у чотирьох концертах у містах Німеччини. Концерти супроводжувалися видовищними постановками, а оркестрова, класична та сучасна музика була вдало поєднана у спільному музичному параді військових музикантів. Музичне мистецтво також представили військові оркестри з Німеччини, Нідерландів, Китаю, Шотландії та Польщі [1].

Однак, в умовах бойових дій, художня самодіяльність спрямоване на організацію змістовного дозвілля та культурного обслуговування військовослужбовців, а отже, основними завданнями художньої самодіяльності, в зоні бойових дій, є підтримка та відновлення моральних, психічних і фізичних сил, мобілізація до виконання бойових завдань, задоволення духовно-культурних потреб. Вибір форм і методів організації художньої самодіяльності залежить від конкретних видів бойової та дозвілєвої діяльності особового складу. Наприклад, свого часу в зоні ООС на сході України, культурні потреби захисників почала задовольняти група внутрішніх комунікацій «Браво» відділу культурного забезпечення військ, до складу якої увійшли військовослужбовці, цивільні діячі культури та мистецтва, які мали досвід і навички організації художньої самодіяльності та проведення концертів [4, с. 68].

На сучасному етапі в цьому напрямку спрямовує свою діяльність «Культурний десант», який є об'єднанням українських митців та має на меті допомагати і підтримувати моральний дух військових та захищати національну культуру. З моменту свого заснування провів понад 2 500 концертів на фронті, у військових госпіталах тощо. Крім того, члени асоціації ініціювали низку мистецьких та освітніх проєктів, спрямованих на відновлення культури країни та побудову культурних мостів між військовими та цивільним населенням [2]. Також Академічний ансамбль пісні і танцю Державної прикордонної служби України виступає з концертами для прикордонників, військовослужбовців та інших осіб та має багаторічний творчий досвід, багатий репертуар та

потужний і неординарний склад виконавців, що сприяє підтримці морального духу військових та змістовному відпочинку.

У сучасних умовах російсько-української війни, на думку Л. Сидоренко, необхідно посилити виховний вплив на військовослужбовців, формувати у них національну свідомість, культуру, високі морально-бойові якості, морально-психологічну готовність до захисту Батьківщини [5, с. 626].

Отже, художня самодіяльність підвищує соціальну активність військовослужбовців, сприяє їх всебічному та гармонійному розвитку, а музичне мистецтво має емоційний вплив на їх внутрішній світ, покращує настрій, формує музичні смаки, тим самим задовольняє духовно-культурні потреби.

### Список використаних джерел

1. Державна спеціалізована служба транспорту. URL: <https://www.facebook.com/uadst/posts/pfbid0yRDm2rtMCM2Nj42TT55vQNsZ6A1n29zeechYMACAFUxfcd2y1Gom3f77yv5SM86G1> (дата звернення: 26. 04. 2024).
2. «Культурний Десант» зіграє два благодійні концерти. URL: <https://suspilne.media/culture/582297-kola-serga-vasil-bajdak-skofka-fiolet-kulturnij-desant-zigrae-dva-blagodijni-koncerti/> (дата звернення: 30. 04. 2024).
3. Романовський Я. Проблеми становлення системи підготовки спеціалістів військово-оркестрової служби у збройних силах України. URL: [https://vlp.com.ua/files/33\\_2.pdf](https://vlp.com.ua/files/33_2.pdf) (дата звернення: 29. 04. 2024).
4. Сидоренко Л. Самодіяльна художня творчість як складник культурологічної роботи у збройних силах України // Військово-історичний меридіан. Електронний науковий фаховий журнал. Вип. 1 (31) / Національний музей історії України у Другій світовій війні. Меморіальний комплекс, Інститут історії України НАН України. К., 2021. URL: [https://chtyvo.org.ua/authors/Sydorenko\\_Liubava/Samodiialna\\_khudozhnia\\_tvorchist\\_ia\\_kladnik\\_uk\\_kulturolohichnoi\\_roboty\\_u\\_Zbroinykh\\_sylakh\\_Ukrainy/](https://chtyvo.org.ua/authors/Sydorenko_Liubava/Samodiialna_khudozhnia_tvorchist_ia_kladnik_uk_kulturolohichnoi_roboty_u_Zbroinykh_sylakh_Ukrainy/) (дата звернення: 23. 04. 2024).
5. Сидоренко Л. Культурологічне забезпечення діяльності військ як напрямок інформаційно-пропагандистського забезпечення // Global science: prospects and innovations. Proceedings of the 3rd International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2023. Pp. 625-632. URL: <https://sci-conf.com.ua/iii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-globalscience-prospects-and-innovations-2-4-11-2023-liverpul-velikobritaniya-arhiv/> (дата звернення: 28. 04. 2024).

**Коломієць Марія Романівна**

*Здобувач НАКККіМ*

**Науковий керівник: Воробйова Наталія Петрівна**

*кандидат економічних наук, доцент, доцент  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## Маркетингова стратегія просування весільних агенцій

У світлі постійних змін в споживчих уподобаннях та ринкових умовах, розвиток ефективної маркетингової стратегії стає ключовим фактором успіху для весільних агентств. У зв'язку зі змінами в стилі чи форматі, важливим елементом успішної стратегії стає здатність агентства адаптуватися до різних вимог та побажань клієнтів. Це може

включати розробку різноманітних пакетів послуг, гнучкі умови співпраці, індивідуальний підхід до кожного клієнта тощо [1].

Дослідження питань розробки маркетингової стратегії просування весільних агенцій полягає в площині постійної зміни умов та потреб споживачів у сфері весільної індустрії. З поширенням соціальних мереж, зростанням конкуренції та мінливими тенденціями у смаках та побажаннях молодят, весільні агенції постійно шукають ефективні та інноваційні методи просування, які б допомогли їм залучати клієнтів та зберігати конкурентоспроможність на ринку.

Цільова аудиторія весільних агенцій активно використовує онлайн-ресурси для пошуку інформації та планування весільного заходу. Тому важливо досліджувати та розуміти їхні потреби, звички та переваги у використанні цифрових медіа. Підтримка актуальної онлайн-присутності та ефективна комунікація через цифрові канали стають ключовими аспектами успішної маркетингової стратегії.

Актуальним та затребуваним ринком весільних послуг є дослідження різних аспектів маркетингових стратегій, що включають в себе використання каналів зв'язку з клієнтами, створення сильного бренду та онлайн присутності, а також впровадження інноваційних підходів для привертання уваги цільової аудиторії.

Успішне створення бренду весільного агентства ґрунтується на розумінні психології людини та її основних потреб. Відомо, що основне завдання таких агентств – це організація вдалих весіль. Починаючи з фізіологічних потреб, які задовольняються під час таких подій, і закінчуючи соціальними – людина бере участь в суспільстві, спілкується з іншими, отримує масу приємних вражень та емоцій. І після участі в такому заході, споживач сприймає всі позитивні емоції, пов'язані з ним, як частину бренду весільної агенції, що влаштувала цей захід [2].

Необхідними також є дослідження, виявлення та аналіз найефективніших стратегій маркетингу, які дозволяють весільним агентствам привертати нових клієнтів, підтримувати відносини з існуючими та забезпечувати стабільний розвиток бізнесу. Очевидним є також аналіз різних маркетингових стратегій, їх ефективності та впливу на бізнес весільних агентств, використання інноваційних інструментів та технологій для підвищення ефективності.

Зацікавлення інноваціями, такими як технології віртуальної реальності або спеціальні мобільні додатки, може допомогти виділити агентство від конкурентів і залучити увагу сучасного ринку.

Також необхідно підкреслити важливість застосування інтегрованого підходу до маркетингу, включаючи в себе використання різноманітних каналів комунікації, створення цільової аудиторії, впровадження інноваційних стратегій.

Слід зазначити на важливості різних аспектів побудови сильного бренду, побудови партнерських відносин з постачальниками весільних

послуг, підтримки позитивного іміджу компанії, а також розвитку довгострокових відносин з клієнтами. Це важливий аспект, тому що, по-перше, співпраця з іншими учасниками весільного ринку дозволяє агентствам розширити свою пропозицію послуг та надати клієнтам ширший вибір.

Наприклад, співпраця з весільними салонами дозволяє агентству пропонувати комплексні пакети послуг, що включають в себе оренду весільного вбрання та організацію весільного дня. Фотографи, кейтерингові компанії, флористи тощо, також можуть сприяти обміну клієнтською базою та залученню нових клієнтів через рекомендації [3].

По-друге, побудова відносин з іншими постачальниками послуг допомагає забезпечити якісне та надійне виконання усіх аспектів весільного заходу.

Потребують також дослідження питання побудови та підтримки системи лояльності клієнтів, використання інструментів стимулювання повторних замовлень та рекомендацій, розвитку позитивного іміджу та репутації компанії, і використання аналітичних інструментів та оцінки ефективності маркетингових заходів з метою їх постійного вдосконалення.

#### **Список використаних джерел**

1. Зайцева Т. В. Маркетингові стратегії реклами весільних агенцій на сучасному ринку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки, 2019. С.128-132.
2. Лещенко О. І. Маркетингові стратегії взаємодії з клієнтами весільних агенцій. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент, 2017. С.64-69.
3. Цимбалюк І. А. Маркетингові стратегії просування весільних агенцій: сучасні тенденції та перспективи розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2017. С.187-194.

***Новокрестов Дмитро Сергійович**  
здобувач Київського національного  
університету культури і мистецтв  
Науковий керівник: **Шевель Інна Петрівна**,  
кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри  
міжнародних відносин Київського національного  
університету культури і мистецтв*

## **Волонтерство як культурний феномен: генеза в українському суспільстві**

Сучасна культурна полісистема позначена апофатичністю своєї матеріалізації, яка, своєю чергою, продукує принципову відкритість її практик, форм тощо. В такому контексті будь-яка діяльність людини може розглядатися у її призмі (як продукована й продукувальна) від-

носно певних форм соціально-детермінованих явищ. Це пов'язано з питомою зумовленістю довільного продукту культурною природою: оскільки він створюється в межах вищезазначених практик, фонових знань та окреслених способів реалізації останніх (комбінації й рекомбінації корпусів культурних даних) [2, 10].

В межах вищезазначеного соціальна активність позиціонована як прагнення реалізації своїх можливостей, що детермінована аксіологічним (значущість тієї чи тієї діяльності щодо релевантних суспільних змін) компонентом. Так, для сучасного соціокультурного простору України показовою є видозміна конструкта волонтерства: зокрема, генеза його культури, форм, методів, способів тощо, які каталізувалися під впливом російсько-української війни [3, 83]. В межах цих тез ми розглядаємо вищезазначене поняття як соціокультурний феномен і соціокультурну практику, акцентуючи увагу на єдності у його межах культури та соціальності, що витворюється та трансформується діяльністю людини.

Це закономірно продукує розгляд волонтерства як конструкта, детермінованого, власне, системою відносин з суспільством, а з культурою – низкою цінностей (аксіологічний компонент) та норм (онтологічний компонент). Своєю чергою, такий підхід до аналізованого поняття репрезентативний щодо акумулювання принципів системного (дозволяє відслідкувати його у всій повноті побутування), діяльнісного (локалізує динаміку трансформаційних змін останнього й фіксує низку актуальних станів) й інституційного (представляє генезу нормативно-правових документів щодо формальних форм вияву) тощо. Окрім того, тлумачення волонтерства як соціокультурного феномена продукує його розгляд у певних методологічних межах, які, своєю чергою, дозволяють представити специфіку набуття ним різних форм й смислів.

Зазначимо, що релевантним для нашої роботи також є вищезазначене поняття «культура волонтерства», яке доцільно виокремити через звернення до усталеного понятійно-категорійного апарату. Мовиться, першою чергою, про термін «*волонтер*», який має французьке походження (фр. *volontaire*, що походить від лат. *voluntaries*, що позначав солдата-добровольця) [1]. Згодом конотація слова набула змін і ним почали називати добровольців у широкому розумінні: тих, хто за власним бажанням бере участь у певній діяльності. Так, все більшого поширення в сучасних соціокультурних реаліях це слово набуло щодо громадян, які здійснюють благодійну діяльність через безоплатну працю в інтересах благоотримувачів. В такому розумінні добровольчість є індивідуальною або колективною дією, в межах якої людина реалізує свої права і відповідальність як члена суспільства.

У нашій державі культура волонтерства базована на культурних кодах й глибинних ціннісно-смыслових структурах, які можна виокремити за допомогою суспільно-історичного аналізу, а також методоло-

гії інших наук. До прикладу: менталітет, національний характер тощо – дослідити через психологію великих груп; мовну, національну картину світу, носія мови – за допомогою лінгвістики, психолінгвістики тощо [7, 56]. Відтак, актуальність дослідження волонтерства в контексті культурних практик та культурології загалом детермінована довгою історією його розвитку в українському суспільстві, видозмінами форм і методів. Так, задовго до інституціоналізації волонтерства й участі у такій діяльності уряду, в нашій країні існувала традиція взаємодопомоги. Остання, першою чергою, стосувалася найменш захищених шарів населення – людей літнього віку та дітей.

Таким чином, волонтерство в українському суспільстві посідає особливе місце, стаючи своєрідним ретранслятором колективних цінностей, ідеалів культури, низки архетипічних уявлень щодо наївної дуалізації світу тощо. В певному контексті цей феномен є парадигматичним аспектом української ідентичності, що актуалізувався у межах сучасних соціокультурних трансформацій. Показово, що сутнісна природа цього явища криється у діахронічному осягненні його природи й синхронічній актуалізації (в межах сучасних реалій, які є складником культурного досвіду наших співгромадян) [6, 8].

Отже, безпосередньо культура волонтерства формується на підґрунті ціннісно-сміслового комплексу, семантики діяльності людини з елементами нативного розвитку й вищезазначеної апофатичності. Окреслена самотність репрезентативна щодо аксіосфери (представлена системою цінностей, норм тощо та їх трансформаційними змінами під впливом реалій), ноосфери (актуалізована градацією взаємодіючої українців одне на одного щодо ідеї національного єднання й протистояння ворогу) й гносеосфери (локалізована особливого роду фоновими знаннями, груповою картиною світу тощо, виявленою через наріжний камінь суспільства – освітні практики) тощо сучасного українського суспільства, що виявляються у ретрансляції як історичного, так і актуального складника побутування.

Останній, природно, корелює з морально-духовними імперативами ціннісного компонента життя сучасних українців, виявляючись у повсюдному поширенні різноманітних зборів для захисників-військовослужбовців. В такому контексті мотиваційний складник волонтерської діяльності детермінований особистісними смислами життя сучасних співгромадян. Так, волонтерська діяльність продукована низкою мотивів, які можуть набувати трансформацій з віком, соціальним статусом тощо [4, 363]. Мовиться, першою чергою, про вікову градацію: для молоді фундаційною може бути можливість набуття професійних компетенцій, інтеграція в професійну спільноту, здобуття необхідних для країни знань і навичок (психологічна допомога тощо), а для людей зрілого віку волонтерство може сприйматися усвідомленою самореалізацією тощо.

Отже, волонтерство в контексті сучасних реалій є не лише проявом громадянської активності, а й стрижневим культурним феноменом, репрезентативним щодо глибинних цінностей та ідеалів українського суспільства. Російсько-українська війна [5, 73] закономірно видозмінила сучасну культурну полісистему (світову та українську), оскільки поставила під сумнів актуальність, дієвість тощо гуманістичних цінностей. Водночас в Україні (та світі) вона спродукувала зростання громадянської активності у відповідь на соціальні, економічні, психологічні тощо кризи, локалізацію соціокультурної значущості суспільно-політичних змін, створюючи контекст для численних волонтерських ініціатив, а також підтримки нашої країни партнерами.

Суголосно часу, ціннісна парадигма українського суспільства зазнала низки трансформаційних змін: так, волонтерство перестало бути лише благодійною діяльністю, перетворившись на вияв громадянської позиції та засіб впливу на соціальні процеси. Останнє закономірно спродукувало диференціацію його у спектрі від економічних до культурних ініціатив, у межах яких волонтери стають ланкою постачання життєво-необхідних речей: техніки, їжі, медикаментів тощо для військових та цивільних. Саме тому розуміння генези волонтерства, його української самобутності тощо релевантне щодо досягнення культурної динаміки та розвитку сучасного суспільства в Україні.

#### Список використаних джерел

1. Волонтер. Горюх : вебсайт. URL: <https://goo.su/WgWhLW> (дата звернення: 04.05.24).
2. Alushkin S., Pikhovich V. Evald Ilyenkov's legacy in Ukraine. *Studies in East European Thought*. 2024. P. 1–12. <https://doi.org/10.1007/s11212-023-09623-0> Springer Link : website. URL: <https://goo.su/bCHxEIK> (date of application: 04.05.24).
3. Kysliuk K. Visual frames of the Russian-Ukrainian war in Ukrainian culture. *Culture and art in modern scientific discourse : monograph*. Kharkiv : PC TECHNOLOGY CENTER, 2023. P. 69–96. <https://doi.org/110.15587/978-617-7319-95-4.CH3> Repository KhDAK : website. URL: <https://goo.su/f2Lvx3> (date of application: 04.05.24).
4. Medvedovska T., Pashchenko O. Intercultural communication : fundamentals, stereotypes and conflicts : II CISP Conference «Science in motion : classic and modern tools and methods in scientific investigations». *Grail of Science*. 2024. № 35. P. 360–364. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.19.01.2024.065> Grail of Science : website. URL: <https://goo.su/IEA1> (date of application: 04.05.24).
5. Poiarkova T. «Russian World» as a political and cultural weapon of modern Russia. *Amazonia Investiga*. 2023. Volume 12, Issue 61. P. 69–79. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.8> Інституційний репозитарій Київського столичного університету імені Бориса Грінченка : вебсайт. URL: <https://goo.su/xExHReX> (date of application: 04.05.24).
6. Representation and diversity of Ukrainian culture in contemporary media : impact, challenges and prospects / B. Ivanytska et al. *Multidisciplinary Science Journal*. 2024. Volume 6. P. 1–9. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2024ss0225> Malgue Publishing : website. URL: <https://goo.su/TW0YV> (date of application: 04.05.24).
7. Tkach B. Psychoanalysis, Metacognitions, and Ethno-Cultural Discourse of the Russian-Ukrainian War : Selected Comments by prof. Vitalii Lunov. P. 1–65. SSRN : website. URL: <https://goo.su/UShez18> (date of application: 04.05.24).

*Петриченко Яна Олександрівна*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Головач Наталія Миколаївна,  
кандидат філософських наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент- технологій НАКККіМ*

## **Україномовний контент культурного продукту: регіональні особливості**

Українська культура та мова відіграють значну роль у формуванні національної самосвідомості українців, які проходять складний шлях збереження незалежності впродовж багатьох століть. А особливо зараз, коли усвідомлення своєї ідентифікації як українця має важливе значення для кожного.

Дослідження фахівців, зокрема В. Кулик, Г. Ляхович, Л. Підкуймуха показують значення української мови як символу національного суверенітету, ідентичності, культурної цілісності та підкреслюють роль української мови в зміцненні національної єдності. Натомість дослідження Н. Безсмертної, М. Песенти та Т. Журженко наголошують на відродженні української мови в умовах російської агресії, підкреслюючи її ключову роль у боротьбі за культурний суверенітет. А тому, мова постає важливим елементом культурного спротиву, слугуючи засобом утвердження культурної ідентичності, збереження спадщини та української протидії російському культурному імперіалізму [1].

Не менш важливим є створення та популяризація україномовного контенту культурного продукту. Адже україномовний контент є ключовою складовою багатьох культурних продуктів в Україні, що відіграє важливу роль у розвитку української культури та збереженні національної ідентичності [2].

Культурний продукт – це результат культурної, мистецької, інтелектуальної діяльності, що існує в матеріальній чи нематеріальній формі й призначений для задоволення культурних потреб споживачів. Культурний продукт втілює як матеріальну форму (книга, диск, картина), так і продукт культурної діяльності у вигляді послуг (концерт, вистава, екскурсія), а до його ознак науковці відносять унікальність, символічність, підвищену ризикованість споживання.

Культурні продукти є товарами та послугами особливого попиту. Процес їх придбання вимагає від споживачів чіткого усвідомлення і певних зусиль. Іншими словами, процес вибору та покупки культурних продуктів можна характеризувати як продуманий, а купуючи їх, споживачі отримують враження та емоції [5].

Завдяки новітнім технологіям, включаючи Інтернет, і загалом діджиталізацію збереження, створення, розповсюдження україномовного контенту культурного продукту є набагато легшим і цим самим він стає доступнішим людству.



Але, нажаль, створення та використання україномовного культурного продукту є нерівномірним в регіонах України. На заході України переважають літературні та музичні фестивалі, активно розвивається театральне мистецтво. У Центральній Україні значна увага приділяється книговидаванню, кіновиробництву, музичній індустрії. На Сході країни, попри складну ситуацію, продовжують розвиватися літературні конкурси, музичні концерти, сучасне мистецтво. Південна Україна славиться потужними кінофестивалями, музичними подіями та центрами сучасного мистецтва [3]. Проте дана характеристика не стосується окупованих територій України, де навіть збереження україномовних культурних продуктів є неможливим.

Водночас можна помітити і спільні тенденції, а саме активний розвиток україномовної літератури та книговидавання, зростання частки україномовної музики в культурному просторі, експерименти в царині сучасного театру та візуального мистецтва.

Проте, слід зауважити, що на сьогоднішній день, переважно не вистачає закладів і платформ, спрямованих на підтримку та розвиток літературного мистецтва як окремого виду зайнятості та/або хобі в регіонах України, а тому створення сприятливих умов для його розвитку, зокрема інфраструктури, дозволить залучити талановитих авторів, авторок та сприяти створенню нового україномовного контенту культурного продукту, що має важливе значення для збагачення культурного життя всіх регіонів України.

Між тим, конкретні кейси закладів та організацій з різних регіонів України демонструють значний потенціал для розширення україномовного культурного продукту в найближчі роки. Важливо, що цей розвиток планується на різних рівнях – від створення нового контенту до організації масштабних подій та налагодження міжрегіональної співпраці.

Разом з тим, дані дослідження Українського культурного фонду 2023 року, вказують на підвищення рівня адаптованості організацій сфери культури до умов війни. Найвищий рівень адаптованості продемонстрували організації секторів літератури, видавничої справи та культурної спадщини, а найнижчий в організаціях секторів аудіовізуального мистецтва, культурних та креативних індустрій. У першій половині 2023 року дещо зросла частка респондентів, які в цілому позитивно оцінюють діяльність своїх організацій, у порівнянні з другою половиною 2022 року, зокрема представники секторів культурної спадщини, літератури та видавничої справи [4].

Отже, наявність україномовного культурного продукту стимулює культурний розвиток всіх регіонів України, зокрема відповідної інфраструктури, а це концертних майданчиків, літературних хабів, мистецьких центрів, що надає можливість проводити різноманітні культурно-мистецькі івенти та розширювати можливості для реалізації куль-

турних продуктів українських митців, музикантів, письменників широкій аудиторії.

### Список використаних джерел

1. Бурдін Я. Українізація YouTube контенту як прояв культурного спротиву українців під час російсько-української війни. Соціологічні студії, (2 (23), С. 62-72. URL: <https://sociostudios.vnu.edu.ua/index.php/socio/article/view/385/289> (дата звернення: 30.03.2024).
2. Гаєвська Т. «Культурний продукт» у контексті культурної діяльності. Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрямок: культурологія). 2021. Т. 35. С. 127-133. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v35i0.373> (дата звернення: 03.03.2024).
3. Петрова І. В. Індустрія дозвілля у контексті сучасних культурних трансформацій. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2014. № 1. С. 28-34.
4. Стратегії адаптації культури та креативних індустрій до умов війни. 2 хвиля (червень 2023). info@ucf.in.ua С. 33-34. URL: [https://ucf.in.ua/storage/docs/17102023/%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0\\_ac67371facad966b4b7c36f23d4a623b199b5188.pdf](https://ucf.in.ua/storage/docs/17102023/%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0_ac67371facad966b4b7c36f23d4a623b199b5188.pdf) (дата звернення: 10 квітня 2024).
5. Філіна, Т. В. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. Питання культурології, (35), 2019. С. 78-87. URL: <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/188788> (дата звернення: 10 квітня 2024).

*Угрин Анна Іванівна*  
здобувачка НАКККіМ

*Науковий керівник: Дячук Валентина Павлівна*  
кандидат культурології, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## Соціальні мережі, чат-боти, як сучасна комунікативна форма клієнтоорієнтованих бізнесів

Клієнтоорієнтований бізнес- це стратегія, яка спрямовує всі зусилля компанії на задоволення потреб і вимог клієнтів. Це означає, що компанія не тільки пропонує товари або послуги, але також активно слухає своїх клієнтів, реагує на їхні запити та звернення, та намагається покращувати свою продукцію або обслуговування з урахуванням отриманої зворотної інформації. Чат-боти можуть стати потужним інструментом у клієнтоорієнтованому бізнесі, що забезпечує можливість автоматизувати комунікацію з клієнтами через веб-сайти, месенджери та інші канали зв'язку. Чат-боти можуть відповідати на запитання клієнтів, надавати інформацію про продукти або послуги компанії, приймати замовлення, надавати підтримку користувачам, та навіть проводити опитування або збирати відгуки.

Етапи розвитку **соціальних мереж** можна розділити на декілька ключових періодів. Після «Six Degrees» на початку 2000-х років, з'явилися такі платформи, як Friendster, MySpace та LinkedIn. У 2004 році з'явився Facebook, який став першим сайтом, що змінив підхід до соціальних мереж, і згодом став лідером у цій галузі. За ним на ринок ви-

йшли Twitter (2006 рік), YouTube (2005 рік) та Instagram (2010 рік), які також стали популярними серед користувачів.

Початок використання **чат-ботів** можна відстежити ще у 1966 році, коли американський вчений Джозеф Вейзенбаум створив програму ELIZA, яка мімікувала розмову з психотерапевтом. Це був перший крок у розвитку чат-ботів, хоча тоді це поняття ще не існувало. [2].

Однією із найвідоміших і піонерських соціальних мереж була запущена в 1997 році «SixDegrees.com». Цей сайт став популярним завдяки своїй унікальній концепції «шести ступенів відділення», яка полягала в тому, щоб показати, що кожан людина на планеті може бути пов'язана з будь-ким іншим через ланцюжок з шести зв'язків.

Справжній прорив в індустрії соціальних мереж відбувся з запуском Facebook у 2004 році Марком Цукербергом, Едуардо Саверіном, Дастіном Московіцем та Крісом Х'юзом. Facebook став найбільш популярною соціальною мережею у світі і змінив підхід до взаємодії онлайн, надаючи можливості спілкування, обміну контентом та створення власних спільнот для мільярдів користувачів по всьому світу. [6 с.25].

Результати дослідження показують, що власники соціальних мереж і чат-ботів, а також розробники моделей взаємодії мають значний вплив на культурний вимір взаєморозуміння. Їхні стратегії розвитку та взаємодії з користувачами можуть суттєво впливати на сприйняття культурних цінностей, норм і практик в онлайн-середовищі. Розуміння цього впливу є важливим для подальшого розвитку культурних відносин та збереження культурної різноманітності у віртуальному просторі.

Під час аналізу культурного контексту необхідно враховувати різноманітні аспекти, такі як мова, культурні символи, традиції, звичаї, цінності та світоглядні установки цільової аудиторії. Важливо також розуміти, які саме елементи культури можуть вплинути на сприйняття та реакцію на контент, який публікується через соціальні мережі та чат-боти. [3 с.134].

Додатково, аналіз культурного контексту допомагає виявити можливі культурні ризики та виклики, з якими можуть зіткнутися комунікаційні стратегії, а також розробити ефективні способи подолання цих перешкод. Враховуючи культурні особливості цільової аудиторії, можна впевнитися, що контент та комунікаційні стратегії будуть сприйняті з розумінням та прийняті з більшим ентузіазмом та позитивним відгуком.

Вивчення культурних особливостей дозволяє створювати контент та комунікаційні стратегії, які відповідають потребам та очікуванням аудиторії відповідно до їхніх культурних контекстів. Наприклад, розуміння мовних відмінностей дозволяє використовувати відповідну мову для спілкування з користувачами, а знання традицій допомагає створювати контент, який близький та зрозумілий для аудиторії. [34].

Аналіз культурного виміру результативності використання соціальних мереж та чат-ботів є ключовим етапом оцінки впливу цих інструментів на різноманітні культурні середовища. Врахування культурних відмінностей дозволяє краще розуміти ефективність комунікації, взаєморозуміння та сприйняття відповідей користувачів. Під час аналізу культурного виміру результативності використання соціальних мереж та чат-ботів важливо враховувати різноманітність культурних контекстів, включаючи мову, традиції, цінності, етнічність та релігійні переконання. [7 с.1 ].

Цей аналіз допомагає виявити, які культурні особливості впливають на сприйняття та реакцію користувачів на контент та інтеракцію з чат-ботами. Дослідження може включати аналіз психологічних аспектів, таких як культурні норми щодо приватності та комунікації, сприйняття гумору, відношення до авторитетності тощо. Створення контенту, що відповідає культурним особливостям кожного сегменту аудиторії та розробка персоналізованих комунікаційних стратегій для кожного культурного сегменту, є ключовими аспектами взаємодії через соціальні мережі та чат-ботів. Адаптація контенту та стратегій до культурних потреб та вподобань аудиторії дозволяє створювати більш ефективні та залучаючі спільноти. Це допомагає залучити увагу та зацікавленість користувачів, сприяє побудові довірчих відносин та підвищує вплив комунікації. Персоналізовані підходи в комунікаційних стратегіях дозволяють створювати більш індивідуалізований та релевантний контент для кожного користувача, що підвищує ефективність комунікації та позитивно впливає на сприйняття бренду або продукту.

Аналіз отриманих даних дозволяє вдосконалювати стратегії взаємодії та підвищувати ефективність комунікації. Зокрема, це може включати вдосконалення контенту, розробку нових підходів до взаємодії з аудиторією, встановлення пріоритетних напрямків розвитку та інші заходи, спрямовані на забезпечення оптимального взаємодії з користувачами. Такий аналіз є необхідним для постійного покращення стратегій використання соціальних мереж та чат-ботів та досягнення максимальної ефективності в комунікації з аудиторією.

Крім того, культурно-орієнтовані стратегії передбачають навчання персоналу та розробку процедур управління міжкультурними взаємодіями. Це включає в себе навчання засобів вирішення конфліктів, встановлення ефективних способів взаємодії та підтримки гармонійного спілкування з користувачами з різних культур. [6, с.19].

Результати дослідження показують, що власники соціальних мереж і чат-ботів, а також розробники моделей взаємодії мають значний вплив на культурний вимір взаєморозуміння. Їхні стратегії розвитку та взаємодії з користувачами можуть суттєво впливати на сприйняття культурних цінностей, норм і практик в онлайн-середовищі. Розуміння

цього впливу є важливим для подальшого дослідження розвитку культурних відносин та збереження безпечного користування стейкхолдерами можливостями ШІ (штучного інтелекту).

#### Список використаних джерел

1. Воропай Г.В. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Маркетингові технології КНУТД. 2016. 60 с.
2. Гук О.В., Александрук А.В., Павленко Т.А. Оцінка інноваційної діяльності в контексті міжнародних порівнянь та рейтингу вітчизняних стартап проектів. 2021. 10 с.
3. Гарбуз С. В. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. Київ. КНЕУ, 2013, 667 с.
4. Гнилицька Л. Відображення витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства в системі бухгалтерського обліку та відкритої звітності. Бухгалтерський облік і аудит, 2014. 46 с.
5. Іванова М. І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності. Економічний простір. 2019. 196 с.
6. Чат-боти: історія URL: <http://w7phone.ru/chat-boty-istoriya-sovremennost-i-perspektivy-132460/>. (дата перегляду 05.03.2024).
7. Чат-боти і маркетинг в бізнесі : URL: <http://www.epochta.ru/blog/articles/chat-bots/>. (дата перегляду 01.03.2024).
8. Global number of mobile messaging users URL: <https://www.statista.com/statistics/483255/number-of-mobile-messaging-users-worldwide/>. (дата перегляду 22.02.2024).

*Хоменко Лариса Іванівна*  
*здобувачка Запорізького національного університету.*  
*Науковий керівник: Кардашов Микола Володимирович,*  
*викладач кафедри дизайну*  
*Запорізького національного університету*

### **Дизайн-мислення як культурологічний феномен: історія розвитку, актуальні проблеми, перспективи**

У цій розвідці автор досліджує дизайн-мислення з культурологічного погляду: еволюцію цього феномена разом із культурним і технологічним прогресом, актуальні проблеми та перспективи його розвитку. Методологія дослідження полягає в системному аналізі впливу історичного та культурного контексту на розвиток дизайн-мислення. Результати дослідження підводять до розуміння сутності дизайн-мислення як соціокультурного явища, що просуває етичні принципи та цінності суспільства.

Щоб розробити продукт, який дасть якісний користувацький досвід, дизайнер бере до уваги індивідуальність користувачів: їхні потреби, цінності, переконання, традиції та способи сприйняття, а також культурний контекст, у якому ці люди перебувають. У такий спосіб відбувається взаємодія між дизайном і культурою: з одного боку, дизайн-мислення відображає специфіку та еволюцію культурних процесів у суспільстві, а з іншого, впливає на них, змінюючи культурне середовище. Ці процеси та саме поняття дизайн-мислення стали предме-

том вивчення як із боку бізнесу, так і з боку інших сфер діяльності, зокрема науки. Тож дизайн-мислення не обмежується вирішенням утилітарних завдань – це потужний інструмент розв’язання соціальних, економічних, етичних та культурних проблем, а отже культурологічний феномен.

Про дизайн-мислення почали говорити в 70-ті роки ХХ століття у сфері економіки: тоді лауреат нобелівської премії з економіки Герберт Саймон уперше сформулював ідею швидкого прототипування і тестування продуктів, що ґрунтується на спостереженнях. Далі виникла концепція технології, яку можна широко використовувати передусім у бізнесі для створення рішень на основі досвіду та потреб користувачів. Для цього використовують п’ятиетапну модель, яку вперше запропонував інститут дизайну при Стенфордському університеті:

1. Емпатія – вивчення потреб клієнта зануренням у його досвід.
2. Формулювання завдання для команди.
3. Генерація способів вирішення завдання: пошук, відсів та відбір ідей.
4. Створення прототипів майбутніх рішень, їх тестування та відбір.
5. Тестування з майбутніми споживачами та доведення рішення до бажаного результату.

Згодом концепція дизайн-мислення поширилася на різноманітні сфери людської діяльності, адже нестабільність та невизначеність сучасного світу показали: раціональні інструменти не рятують, наприклад, від глобальної фінансової кризи 2008 року або пандемії COVID-19. Тому керівники організацій у пошуку рішень звернули увагу ще й на креативність, інтуїцію та уяву. Дизайн-мислення стало корисне в багатьох сферах, де системи та стратегії будуються на вивченні потреб клієнта: у менеджменті [3, с. 83], маркетингу, освіті, державних установах, охороні здоров’я, організації робочих процесів тощо.

Сьогодні в Україні дизайн-мислення виступає як потужний інструмент у формуванні україноцентричного світогляду та національної ідентичності. В умовах воєнного конфлікту патріотичні символи та емблеми, графічні матеріали, виставки, фільми, пам’ятники та пам’ятні знаки тощо відіграють важливу роль у підтриманні національної єдності, мобілізації громадян, поширенні патріотичних цінностей та розвитку української культури загалом.

Участь у проектах, де застосовують дизайн-мислення, сприяє розвитку навичок поєднання інтуїтивного, аналітичного та абдуктивного мислення, постановки цілей, експериментування, емпатії, навчанню на помилках тощо. Ці процеси мають важливий культурологічний аспект: вони стимулюють творчість та інновації, що сприяє культурному розвитку суспільства, до того ж вони можуть просувати культурні цінності, традиції та ідентичність певної спільноти.

Проте дизайн-мислення не панацея від усіх проблем [1; 6]. До того ж воно потребує високого рівня знань і навичок команди та сприятливого мікроклімату в ній [2]. Тобто культурні чинники – співпраця, відкритість до ідей, емпатія та здатність слухати – суттєво впливають на кінцеві продукти такої команди.

Концепція дизайн-мислення переважно описує окремі методи та приклади з практики. Тому його загальнотеоретичні основи залишаються майже нерозкриті. «...Теорія дизайн-мислення... не містить чітких критеріїв ані для побудови дизайн-стратегій, ані для класифікації та вибору методів, і таким чином не може бути названа методологією» [6, с. 46]. Культурологія може допомогти розширити розуміння дизайн-мислення, розглядаючи його як складне культурне явище. Дослідження того, як культурні цінності, переконання та норми впливають на сприйняття дизайну, вивчення еволюції дизайну в різних культурних контекстах допоможе розглянути дизайн-мислення як продукт історичних, культурних та соціальних процесів, що сприятиме кращому розумінню його сутності та значення.

Вичерпної та всебічної відповіді на запитання, що таке дизайн-мислення, досі немає. Численні автори трактують його як спосіб мислення, підхід, метод, інструмент чи процес. Проте це поняття пройшло певну еволюцію, яка виявила його соціокультурну природу: від усвідомлення дизайн-мислення як властивості окремого дизайнера до розуміння його як командного процесу розроблення рішень із залученням споживача як співтворця.

У графічному дизайні в цій еволюції можна умовно визначити певні етапи. Від моменту виникнення на зламі XIX –XX ст. приблизно до 60-х років XX ст. дизайнери прагнули створювати естетичні об'єкти, які б ефективно впливали на споживача, проте переважно без глибокого аналізу його потреб. Це було зумовлено технологічними та культурними особливостями епохи: технології того часу не давали змоги швидко та ефективно дослідити споживацькі потреби, а в роки революцій, Першої та Другої світових війн плакати та інша графічна продукція були спрямовані на поширення певної ідеології, задоволення потреб мобілізації, воєнної економіки, досягнення військових цілей, пробудження патріотизму, об'єднання населення задля спільної мети [8].

У 1960-70-ті роки відбувається інтенсивний розвиток масової культури та зростання ролі реклами. Тому емоційний зв'язок зі споживачем став дуже важливий для пошуку привабливих і цікавих аудиторії рішень. А дизайн-мислення почали усвідомлювати як інструмент розроблення цих рішень. З'являються концепції дизайн-мислення, пов'язані з іменами Джона Арнольда, Хорста Ріттеля, Віктора Папанека та інших дослідників [7]. Отже, соціокультурні фактори вплинули на підходи до створення дизайну.

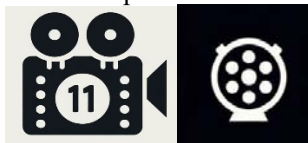
У 80-ті роки дизайн-мислення стає предметом спеціального вивчення (його досліджують Брайан Лоусон, Найджел Кросс Дональд Шен та інші) та інструментом застосування в інших галузях для швидкого розв'язання завдань. Це відображало культурні потреби в інноваціях та ефективних рішеннях.

У 90-ті роки в культурному просторі з'явилися нові можливості вивчення запитів та вимог аудиторії: статистичні дані, публікації у ЗМІ, спостереження, інтерв'ю, інструменти збирання зворотного зв'язку, експерименти тощо. У цей період бізнес визнав дизайн-мислення та адаптував його до своїх потреб (видатні постаті в цій сфері – Девід Келлі, Джейн Сурі та інші). Бачення дизайн-мислення як стратегічного інструмента досягнення бізнес-цілей відображає культурні зміни в сприйнятті ролі дизайну в суспільстві.

З поширенням інтернету та мультимедіа у 2000-х роках дизайн почали розглядати як частину вебстратегії та інтерактивного досвіду користувача.

Сучасні дизайнери використовують дизайн-мислення для створення унікального користувацького досвіду, стрімко змінюючи соціокультурне середовище: розробляють інтерактивний візуальний контент – вебсайти з анімацією, ресурси з доповненою або віртуальною реальністю; експериментують із новими формами візуального вираження [4].

Розвиток штучного інтелекту та аналізу даних відкриває перед дизайнерами нові можливості та виклики (на рис), що мають великий потенціал із культурологічної перспективи.



Графічні символи, створені ШІ на запит («Кінотеатр»), – перший крок у взаємодії користувача та системи, що в подальшому веде до рішень, які ефективно розв'язують нові складні завдання.

У близькому майбутньому перед дизайнерами може постати завдання не лише створювати рішення для унікального користувацького досвіду, а й розробляти алгоритми, які використовують інтелектуальні системи. Це може сприяти появі більш дружніх, інклюзивних технологій та полегшити доступ до них, зокрема, людей з обмеженими можливостями.

Водночас автоматизація та інтелектуалізація різних аспектів дизайн-процесу підвищує важливість ролі дизайнера. Адже разом із вирішенням технічних завдань дизайнери повинні будуть глибше розуміти потреби користувачів, культурні контексти та етичні вимоги. А



отже, дизайн-мислення буде спрямоване не лише на покращення взаємодії людини з технологією, а й водночас на розроблення контенту, що відповідатиме цінностям і високим етичним принципам користувача та суспільства загалом.

#### **Список використаних джерел**

1. Kimbell, L. Rethinking Design Thinking: Part I. Design and Culture, 2011. Vol. 3. № 3. P. 285–306. DOI: 10.2752/175470811X13071166525216
2. Беспалок Х. М., Процак К. В. Дизайн-мислення як ефективний метод адаптації до змін. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 2021. Вип. 5 № 1. с. 121–131. DOI: 10.23939/semi2021.01.121
3. Варава Л.М., Данілова А.А. Дизайн-мислення як компонент інноваційного менеджменту. Криворізький національний університет, 2021 URL: [bit.ly/3IQhXgl](http://bit.ly/3IQhXgl) (дата звернення: 29.03.2024).
4. Візуальні комунікації у дизайні: методичні рекомендації / Голіус В.А. та ін. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. 2021. 26 с. URL: [bit.ly/3VrIFU9](http://bit.ly/3VrIFU9) (дата звернення: 25.04.2024).
5. Захарченко Н.В. Перспективи розвитку дизайн-мислення в управлінні бізнесом та інноваціями. Академічний огляд, 2022. № 1 (56), DOI: 10.32342/2074-5354-2022-1-56-6
6. Косенко Д.Ю., Вишневська О.В., Остапик С.В. Дизайн-мислення: теоретичні підстави та критика. Art and Design, 2022. № 4, с. 43–50. DOI: 10.30857/2617-0272.2022.4.4
7. Марков С. Дизайн-мышление — новый способ видения и творческого решения проблем, 2023 URL: [bit.ly/3TNUG4P](http://bit.ly/3TNUG4P) (дата звернення: 25.04.2024).
8. Морсильо Н. Історія графічного дизайну, 2021 URL: [bit.ly/3Ту5pze](http://bit.ly/3Ту5pze) (дата звернення: 25.04.2024).

***Шепіна Анастасія Віталіївна***

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: **Головач Наталія Миколаївна,***

*кандидат філософських наук, доцент кафедри*

*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Сучасні культурні практики музеїв**

Музейна діяльність напряду залежить від зовнішніх факторів, таких як суспільних, економічних, політичних. Нашим суспільством, музейна справа сприймається, як щось нудне і не цікаве, оскільки більшість музеїв не бажають конкурувати та розвиватися в своїй сфері і в суміжних [6].

Сьогодні, перед музеями стоять нові цілі та завдання, де вони повинні конкурувати між собою і залучати більше відвідувачів та інвестицій. Музей повинен зберегти свою автентичність та неповторність, при цьому впроваджувати нові технології, які не будуть повторюватися між собою, а для цього необхідно розробляти маркетингову стратегію, яка сприяє ефективній практичній діяльності.

Маркетингова стратегія – це спосіб досягнення спільної мети організації і спосіб реалізації концепції маркетингу та задає:

- загальні орієнтири для організації;
- спрямованість дій організації з метою досягнення максимальних

результатів при найбільш ефективному використанні наявних ресурсів.

Музейний маркетинг має питому вагу у своїй сфері, він органічно залучає історичні, інтелектуальні та інноваційні технології, зокрема ребрендинг для популяризації музейного продукту [2].

Ребрендинг – це створення та реалізація унікального дизайну, бренду, логотипу, що допоможе зробити більш пізнаваним та унікальним музей, та його діяльність. В Україні яскравим прикладом для наслідування є Національний музей історії України, який продемонстрував нову айдентику з «MIST», літера М символізує поєднання двох берегів України — лівого та правого, а також те, що саме у MIST зустрічаються минуле та майбутнє, єднаються цивілізації та знання «Музей історії = MIST», тим самим знак «М» трансформується та стає динамічним. Основними кольорами стали жовто-зелений та блакитний. Креативна команда «Tabasco», яка працювала над створенням нового логотипу використала тему нескінченності. Якщо розмістити поряд різні поліграфічні об'єкти (наприклад, постери), створюється безперервний графічний ланцюг. Таким чином підкреслюється, що історія — це неперервна низка подій, пов'язаних між собою [4].

Не обійшло стороною і Педагогічний музей України, який у співпраці із стратегічним агентством маркетингу «Stasy Passion» розробив нову айдентику, яка була спрямована на переосмислення історико-педагогічного досвіду і тим самим зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки, які привели до культури сьогодення [1].

Створення нового логотипу це тільки початок для ребрендингу, після потрібно впроваджувати нові послуги, формат та продукцію. Це важливо, оскільки технології розвиваються швидким темпом, а суспільство потребує нових форматів та інформацій.

Ми живемо в такому столітті, де цінується коротка та яскрава інформація-картинка, ніж більш детальне та ґрунтоване дослідження. Музеї повинні підлаштовуватися під нові умови, такими прикладами є музей науки Філіпа та Партиції Фрост, який розташований в Маямі, Флорида, США, відкритий 8 травня 2017 року. У залах музею можна ознайомитися з дослідженнями у сфері макро- та мікросвіту, технологіями, інженерією, математикою (STEM), а також дізнатися про останні наукові відкриття, а для відвідувачів створені інтерактивні виставки та унікальні голографічні шоу [5].

Українським аналогом є Музей Цікавої Науки, розташований в Одесі. Музей Цікавої Науки є унікальним закладом, спрямованим на привернення уваги молоді до природничих наук і навколишнього світу. Заклад пропонує різноманітні інструменти, наукові інтерактивні експонати, наукову лабораторію, планетарій, магазин цікавих подарунків, наукові шоу-програми, освітні проекти та навчальні курси [3].

Сучасний музей це місце, де стикаються минуле, теперішнє та

майбутнє та де суспільство є споживачем послуг.

Враховуючи реалії сьогодення, діяльність музеїв в Україні розвивається не так швидко, так як перешкоджає не стабільна ситуація в країні.

Наразі, музейна діяльність спрямована в таких напрямках як:

- духовний;
- естетичний;
- рекреаційний;
- комунікативний;
- психологічний;
- інноваційний.

Отже, музей повинен враховувати сучасні потреби споживача, створювати новітні послуги та товари, зокрема займатися ребрендингом та розробляти маркетингові стратегії за для досягнення найкращих практичних результатів.

#### Список використаних джерел

1. Єфімова В. Ребрендинг Педагогічного музею України. URL: <http://pmu.in.ua/actual-info/rebrandung/> (Дата звернення: 22.02.24).
2. Кускова С.С., О. В. Отземко О.В. Сучасний український музей: новітні практики. URL: [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2020/ukrainski%20muzei%20za%20kordonom.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2020/ukrainski%20muzei%20za%20kordonom.pdf) (Дата звернення: 22.02.24).
3. Музейний портал. URL: [https://museum-portal.com/ua/muzeyi/164\\_muzej-cikavoyi-nauki](https://museum-portal.com/ua/muzeyi/164_muzej-cikavoyi-nauki) (Дата звернення: 20.02.24).
4. Національний музей історії України отримав ребрендинг. Telegraf.Design. <https://hmarochos.kiev.ua/2020/11/11/natsionalnyj-muzej-istoriyi-ukrayiny-otrymav-novu-ajdentyku-ta-skorochenu-nazvu/> (Дата звернення: 21.02.24).
5. Пуківський Ю. Топ-5 найновіших музеїв світу. Локальна Історія. URL: <https://localhistory.org.ua/texts/statti/top-5-nainovishikh-muzeyiv-svitu/> (Дата звернення: 22.02.24).
6. Шлепакова Т. Л.. Модернізація музейної справи України та розширення традиційних форм роботи музеїв в умовах глобалізації та інформаційного суспільства. 2011-2013. URL: [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich\\_ogliadi/2013/modern\\_muz\\_spravi.Pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2013/modern_muz_spravi.Pdf) (Дата звернення: 28.02.24).

**Коваль Вадим Васильович**  
аспірант НАКККиМ  
dkr3123.vkoval@dakkkim.edu.ua  
ORCID: 0009-0006-1304-1495

## Соціальні мережі у формуванні мистецьких візуальних практик

Сучасний світ перебуває під впливом високого рівня розвитку науково-технічного прогресу. Це не могло не позначитися на мистецтві, яке в науковому дискурсі ще називають мистецькими практиками, тобто тими формами діяльності і їх продуктами, що мають художнє значення, а саме: рисунок, живопис, скульптура, фотографія, інсталя-

ція, перформанс, відео-арт, енвайронмент, цифрові медіа та ін. Мистецькі практики – це спосіб комунікації мистецтва з глядачем, спроба засобами виразності синхронізуватися з ним, вплинути на його світогляд, уподобання, дії. Нині, в умовах тотальної інтернетизації інформаційного простору, споживач культурного продукту потребує більш динамічних форм взаємодії, позбавлених територіальних і часових обмежень. Представлення мистецьких галузей в онлайн-форматі на сьогодні є питанням їх подальшого можливого існування та розвитку, тому вони активно освоюють інтернет-простір. На теперішній час, як вказує М. Бугайов, не достатньо бути професіоналом у своїй справі, потрібно вміти представити її результати широкій аудиторії – і такі можливості надає саме віртуальний простір [1, 96]. Зручними для цього є соціальні мережі – онлайн-платформи, де споживач може дізнатися корисну для нього інформацію, відкрито на неї відреагувати, стати її співтворцем.

Сучасну культуру сприймають переважно візуально, тактильне сприйняття відступає на другий план. Так, Ж. Денисюк наголошує, що візуальний компонент домінує в засобах комунікації, що «стали опосередковуватися екранним типом зображення, формуючи окремий спосіб сприйняття, культурного продукування та споживання» [3, 10]. У мережевому просторі мистецькі візуальні практики віртуалізуються, що зміщує акценти з фізичної реальності на імітовану – гіперреальність. Засобами симуляцій і симулякрів мистецькі практики створюють образи, відмінні від тих, що існують у реальному житті, формуючи смаки своєї аудиторії. Цифровізація комунікативного простору спонукає митців комерціалізувати свої творіння через самопрезентацію в соціальних мережах. Як вказує А. Тормахова, «постійне «нагадування» про своє існування в стрічці інстаграму чи фейсбуку стає чимось на кшталт компульсії. Якщо ти не нагадав про себе – ти не існуєш, тебе нема, ти розчиняєшся у реальності, яка стає недосяжною для людини, що споживає гіперреальні образи» [4, 97]. Митець повинен підтримувати інтерес до себе, формуючи навколо себе певні міфи, конструюючи привабливий для певної категорії споживачів успішний творчий образ.

Соціальні мережі наразі стають одною з форм реальності, цифровим аналогом для мистецьких візуальних практик, дієвим способом їх популяризації. Представлення мистецьких візуальних практик в онлайн-просторі дає їм змогу показати свої твори в яскравому і візуально привабливому форматі й тим самим привернути до себе увагу більш широкої аудиторії. При цьому публіка потребує цікавого для неї контенту, на який вона активно реагує за допомогою символів-реакцій і коментарів. Це стимулює мистецькі практики до постійного вдосконалення, пошуку власного впізнаного стилю комунікації з аудиторією, щоб успішно монетизувати свою діяльність, розвивати її.

Отже, перехід мистецьких візуальних практик в онлайн-формат – процес невідворотний. У результаті одні форми представлення культурного продукту втрачають актуальність, потребують оновлення, сучасного підходу; інші ж, запропонувавши нову образно-сміслову мову, набувають поширення, активно розвиваються, відображаючи культурні пріоритети своєї аудиторії і водночас визначаючи їх.

#### **Список використаних джерел**

1. Бугайов М. В. Соціокультурний феномен блогів: культурологічний вимір : дисертація ... доктора філософії: 034 – культурологія. Київ : НАКККиМ, 2023. 198 с.
2. Гончар К. Соціальні мережі як інструмент сучасного мистецтва. Художня культура. Актуальні проблеми. 2019. №15(2). С. 13–16.
3. Денисюк Ж. З. Візуальні комунікативні практики в контексті розвитку креативних індустрій. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 3. С. 10–14.
4. Тормахова А. Візуальні практики та мистецтво в інтернет-просторі. Художня культура. Актуальні проблеми. 2019. Вип. 15. Ч. 1.

## Секція 2. КУЛЬТУРНІ І КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

*Модератори: Головач Наталія Миколаївна,  
Філіна Тетяна Вікторівна*

***Buhaiov Mykola***

*Doctor of Philosophy*

*Senior Lecturer at the Department of Creative Cultural Industries  
of the National Academy of Culture and Arts Management, Kyiv, Ukraine*

*mbugayov@dakkkim.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0001-8554-0126>*

### **Creative Industries Blogs: Current State and Perspectives**

Creative industries encompass theater and visual arts, film, television and radio, music, publishing, computer games, architecture, design, fashion, advertising, etc.

In the modern world, humanity has the freedom to engage in artistic experiments to derive maximum benefit from the existing high level of scientific and technological progress. Creative industries are associated with the creation of cultural products, their production and dissemination through innovative technologies, including blogging.

The online format has contributed to the emergence of entirely new models in the production, distribution and consumption of cultural products, integrating high-quality content through technology. Let's observe this through the example of cultural institutions such as libraries, museums, theaters and cinemas.

Nowadays librarians also have to be bloggers to promptly disseminate library news about events, programs, and projects, expanding their audience. Library blogs should not be just an online bulletin board for announcements but a platform for dialogue between the library and the reader. To attract attention to the library institution and encourage people to use its services, libraries must define the goals and objectives of maintaining a corporate blog, optimize the corporate resource for search engines, establish an emotional connection with readers, engage in informal communication with them to test new ideas and consider the needs and characteristics (age, nationality, social) of the online audience. The library becomes a guide to a new culture — virtual exchange, virtual reading, virtual communication, and learning, acquiring a new, modern look. At the same time, libraries remain centers for disseminating information in paper form, and technological advancements contribute to their relevance in new sociocultural conditions.

Museums collect, preserve and present to viewers both tangible and intangible cultural heritage, shaping a shared national and cultural space. As carriers of traditions, they mostly represented cultural achievements traditionally through offline visual representation. Nowadays museums have taken into account the users' needs in the information age and are adopting the latest technologies: initially, interactive screens started being used within the museum itself, which allowed maximizing the effect of perceiving the exhibitions; then they also moved into the online space like other cultural industries. One form of internet representation for museums is blogs. They serve as an informational hook, attracting the attention of viewers (potential consumers of museum services), contributing to the recognition and popularity of the museum as a socio-cultural institution. An analysis of museum blogs in Ukraine has shown that the blogs posted on the pages of museum institutions rarely receive likes and comments, although they are structured within the online page. In practice, this lack of engagement with cultural institution blogs is a common problem, indicating the absence or low level of feedback from the reader. The reasons could be the content's lack of relevance, its unattractive presentation, the material's inconsistency with the audience's expectations.

Blogs of Ukrainian museums on social media are more demanded by the audience. This could be due to the ease of access to such pages and the template nature of content placement, which saves time finding and processing them. Blogs on social networks are constantly within the information field of active users, which increases the chances of expanding the audience.

Blogs of cultural institutions, as social entities, rally readers around themselves through the informational resources of the internet, who in turn constitute their social capital, and in perspective also financial capital. Theaters and cinemas in Ukraine, which predominantly operate on self-financing, have also considered this and represent themselves in the virtual world. The coronavirus pandemic and then a full-scale invasion initially prompted this, which changed people's priorities: safety needs became paramount. The entertainment industry found itself in a situation where it needed to quickly adapt to new crisis conditions in order to survive. The internet became a platform that allowed unlimited time and space to broadcast information about cultural events, thus stimulating people's desire to acquire new emotional and intellectual experiences. Viewers receive information about various screenings without leaving their homes, using gadgets; the online pages of these institutions also contributed to the restoration of demand for cinema. They serve as internet posters with announcements of films, just like the online pages of theaters. In the traditional sense, these services cannot be called blogs: there is no feedback from the reader. The theaters and cinemas have placed blogs with the ability to comment on the information they provide on social networks.

Analysis of the presence of blogs of theaters and cinemas on social networks has revealed that, like libraries and museums, these institutions most actively use Facebook, followed by Instagram, and YouTube in third place. Theaters are not represented on TikTok, while some cinemas are beginning to explore this social network.

Therefore, current societal challenges (the pandemic and war) lead to a shift in conventional communication methods, thus accelerating the movement of creative industries into the online space. Technologies, particularly digitization, provide rapid access to creative production tools, additive technologies, and artificial intelligence, giving an impulse to the development of creative practices. In the sociocultural sphere, creative industries, where the unifying idea always involves a creative component, are entering a new stage of development driven by the significant role of modern technologies. The creative economy now has the opportunity not only to create goods and services for a limited circle of consumers in a certain location but also to enter the international market.

#### Literature

1. Бугайов М. В. Соціокультурний феномен блогів: культурологічний вимір : дис. ... доктора філософії: 034 – культурологія. Київ : НАКККіМ, 2023. 199 с.
2. Кулик Є. Блоги бібліотек для юнацтва (молоді): моніторинг ефективності. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 6. С. 49–52.
3. Трачук Л. Бібліотечний блог як прояв концепції «Бібліотека 2.0». *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 9. С. 22–25.
4. Eight things to know about the Creative Industries. 28 June 2022. URL: [https://pec.ac.uk/blog\\_entries/eight-things-to-know-about-the-creative-industries/](https://pec.ac.uk/blog_entries/eight-things-to-know-about-the-creative-industries/).

*Васильченко Людмила Леонідівна*  
*доцент кафедри артменеджменту*  
*та івент-технологій НАКККіМ*  
*[l.vasylichenko@dakkkim.edu.ua](mailto:l.vasylichenko@dakkkim.edu.ua)*

### **Особливості розвитку креативних індустрій в Україні в контексті викликів сьогодення**

Нині креативні індустрії в країнах Європи, Америки і Південно-Східної Азії є одним з пріоритетів економічного розвитку. В Україні є значний потенціал для розвитку креативних індустрій, а деякі дослідники прогнозують, що інновації і креатив будуть мати темпи приросту, які перевищуватимуть розвиток інших галузей економіки. Проте, на думку дослідників, а саме А. Чмут, К. Синякова, В. Грицина частка креативного сектора в економіці ще досить низька, хоча і має тенденцію до щорічного зростання, в основному за рахунок ІТ галузей [ 4, с.52].

Як зазначає І. Петрова, то змістову основу креативних індустрій утворюють синтез індивідуальної творчості, таланту, здатності ство-



ривати додаткову вартість та робочі місця. До видів економічної діяльності належать ті, що безпосередньо або опосередковано пов'язані з креативними активностями та створенням креативних послуг і благ, проте їх перелік доволі розгалужений: від виробництва біжутерії, музичних інструментів, комп'ютерного програмування до посередництва в розміщенні реклами в засобах масової інформації, перекладацьких послуг або ж роботи установ культури [3].

Натомість Т. Ялоха, В. Білан, Р. Громадський зауважують, що наповнюючи продукти та послуги унікальним креативним змістом, змінюючи їх естетику та привабливість, креативна індустрія є важливим фактором у забезпеченні конкурентоспроможності та формуванні попиту на продукти в некреативних галузях, розробляючи і впроваджуючи креативні технології та стимулюючи впровадження інновацій в інші сектори [5]. Наприклад, на сьогодні Німеччина є однією із високорозвинених європейських країн, в якій підприємства культурних та креативних індустрій формують 3,1% валового внутрішнього продукту та забезпечують робочими місцями більше 1 млн. осіб [4, с. 50].

Щодо класифікації креативних індустрій, то переважно використовується класифікація, яка розроблена UNCTAD, в якій групуються показники та аналізуються світові данні розвитку ринку креативних товарів і послуг. Україна є активним учасником міжнародної торгівлі креативними товарами, а дані дослідження UNCTAD вказують про збільшення експорту товарів креативних індустрій України з 238,7 млн. дол. до 768,3 млн. дол. Відповідно до класифікації UNCTAD найбільше експортувались з України креативні товари з категорії «дизайн», «видавництво», «прикладне мистецтво», а основними ринками креативних товарів України були Європа (78%) та Азія (22%) [4, с. 52].

Між тим, у 2019 році Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй проголосила 2021 рік Міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку, що посприяло визнанню зростання ролі креативних індустрій на економічний розвиток не тільки розвинених країн, а й країн що розвиваються, так як є одним зі стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності, продуктивності, зайнятості та стійкого економічного зростання. А зростання оборотів та створення нових робочих місць, стійкість до різноманітних кризових ситуацій робить креативні індустрії привабливою сферою інвестицій як на приватному, так і на державному рівнях, тим самим застосовуються такі інструменти, які сприяють розвитку креативних індустрій:

- зниження податкового навантаження;
- державна фінансова підтримка фондів з розвитку креативного сектору;
- гранти;
- державно-приватне партнерство [2, с. 518].

Проте з повномасштабним вторгненням Росії в Україну відбулися зміни у всіх сферах суспільного життя, а результати військових дій та післявоєнного відновлення досить важко спрогнозувати. Разом з тим, вже у 2022 році ЄС та багато країн відчули найгірші наслідки війни, зокрема в економічній сфері та креативних індустріях [5].

Значних втрат в креативному секторі економіки зазнала індустрія архітектури та дизайну, індустрія виробництва й розповсюдження кіно-, відеофільмів, рекламні агентства та видавнича діяльність, а також театри, музеї тощо. Внаслідок бойових дій у креативному секторі спостерігається значний відтік молодих талантів, відбулось скорочення фінансування, оскільки ті кошти, що виділялись на культурну сферу, нині спрямовуються на підтримку ЗСУ. У свою чергу, представники креативних індустрій беруть активну участь у волонтерських ініціативах і допомагають ЗСУ, внутрішньо переміщеним особам, мирному населенню, що знаходяться на звільнених територіях [1].

Наприклад, за даними дослідження стосовно стану креативних індустрій під час війни, 80% респондентів молодого та середнього віку, які перебували на території України, були задіяні:

- 26% в аудіовізуальному секторі, зокрема по 26% в бібліотеках, архівах, музеях;
- 20% в перформативному та концертному секторах;
- 14% в музичному секторі;
- 12% у візуальному секторі.

Респонденти, які виїхали за кордон, задіяні або були задіяні до війни:

- 39% у аудіовізуальному секторі;
- 30% у перформативному, концертному;
- 19% у візуальному;
- 10% у секторі народних художніх промислів, крафтів, хендмейду тощо [1].

Важливою частиною опитування був збір рекомендацій, що стосуються відновлення та подальшого розвитку креативних індустрій, а серед рекомендацій щодо розвитку креативних індустрій в умовах воєнного часу виокремили наступні:

- стимулювання розвитку фахівців креативного сектору;
- відновлення інфраструктури креативного сектору після закінчення війни та прозорість у виборі керівних ланок;
- залучення міжнародної фінансової підтримки на культурі та креативні індустрії;
- фінансова, організаційна та інформаційна підтримки від держави тощо [1].

Отже, значний потенціал для розвитку креативних індустрій в Україні є, хоча відчутні негативні наслідки війни, так як відбулось скорочення фінансування та значний відтік молодих талантів. Проте

представники креативних індустрій беруть активну участь у волонтерських ініціативах і допомагають ЗСУ, а головне проводять дослідження та формують рекомендацій щодо відновлення та подальшого розвитку креативних індустрій в Україні.

#### **Список використаних джерел**

1. Мариненко Н., Шевчук Р. Креативні індустрії в умовах війни. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39258/2/FMNESECS\\_2022\\_Shevchuk\\_R-Creative\\_industries\\_during\\_77-79.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39258/2/FMNESECS_2022_Shevchuk_R-Creative_industries_during_77-79.pdf) (дата звернення : 01.04.2024).
2. Нехай В. А. Креативні індустрії в умовах післявоєнного відновлення. *Фінансово-кредитне та обліково-аналітичне забезпечення післявоєнного відновлення економіки України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 5-6 жовтня 2023 р.* Київ : НУБіП України, 2023. С. 516–518. URL: [erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/9458](http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/9458) (дата звернення : 01.04.2024).
3. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології.* 2022. № 39. С. 63–77. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256902> (дата звернення : 01.04.2024).
4. Чмут А. В., Сиякова К. М., Грицина В. В. Креативні індустрії Німеччини та перспективи розвитку креативного сектору економіки України. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2330/Chmut.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення : 01.04.2024).
5. Ялоха Т. О., Білан В. В., Громадський Р. А. Креативні індустрії як драйвери розвитку світової економіки: прогноз ризиків післявоєнної відбудови України. URL: <http://ir.knutkt.edu.ua/handle/123456789/554> (дата звернення : 01.04.2024).

**Гавеля Оксана Миколаївна**

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*доцент кафедри культурних креативних індустрій НАКККіМ*

*o.gavelya@ukr.net*

*orcid.org/0000-0002-7871-6813*

**Гавеля Олександра Русланівна**

*кандидат філософських наук, викладач*

*кафедри культурології*

*Національного університету*

*біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

*a.gavelia@ukr.net*

*orcid.org/0000-0003-2599-0269*

### **Пошук і тлумачення учасниками культурних арттерапевтичних практик знаків, символів, образів та метафор під час роботи над емоціями та психологічними станами**

Робота учасників арттерапевтичних практик над своїми емоціями і почуттями посідає важливе місце в підтримці їх ментального здоров'я. В цьому контексті актуальною є розробка нових культурних арттерапевтичних практик, спрямованих на пошук і тлумачення зна-

ків, символів, образів і метафор, через які відтворюється емоційний стан людини. Такі практики можуть використовуватися для розвитку творчого потенціалу, фантазії, уяви людини та для зняття стресу.

Нами було розроблено нову арттерапевтичну методику, яка дозволяє учасникам опрацювати свої емоції та почуття, психологічні стани, звертатися до свого підсвідомого через пошук знаків, символів, образів та метафор, які відповідають пережитому ними досвіду і зберігається в їх пам'яті.

Пропонуємо учасникам арттерапевтичних практик заповнити Таблицю.

<b>Негативна емоція або негативний психологічний стан</b>	<b>Позитивна емоція або позитивний психологічний стан</b>
Назва цієї емоції або психологічного стану	Назва цієї емоції або психологічного стану
Назва та малюнок знаку, який означає цю емоцію або психологічний стан	Назва та малюнок знаку, який означає цю емоцію або психологічний стан
Назва та малюнок символу, який означає цю емоцію або психологічний стан	Назва та малюнок символу, який означає цю емоцію або психологічний стан
Малюнок образу, який означає цю емоцію або психологічний стан	Малюнок образу, який означає цю емоцію або психологічний стан
Створення писемної або мальованої метафори, яка означає цю емоцію або психологічний стан	Створення писемної або мальованої метафори, яка означає цю емоцію або психологічний стан

Спочатку учасники мають пригадати які негативні емоції вони переживали або в якому негативному психологічному стані вони перебували в останні два тижня. Далі вони мають записати в таблиці назву однієї з емоцій або негативного психологічного стану.

На наступному етапі роботи учасники арттерапевтичних практик мають знайти відповідний знак до обраної ними негативної емоції або психологічного стану та намалювати його. Перед необхідно обговорити в групі або індивідуально з учасниками які *знаки* їм відомі. Це можуть бути *знаки зодіаку, нотні знаки, дорожні знаки, математичні знаки* тощо. Зверніть увагу учасників, що не бажано використовувати смайли, емотикони або емограми (схематичні зображення людського обличчя, що використовується для передачі емоцій), щоб не спростувати поставлене перед ними завдання. Бажано щоб знаки були максимально наближені до означеної ними негативної емоції або психологічного стану (так як вони це самі розуміють).

Далі учасники мають знайти відповідний *символ* до обраної ними негативної емоції або психологічного стану.

Як відомо, Державними символами України є Державний Прапор України, Державний Герб України і Державний Гімн України.

Для кращого розуміння завдання, поставленого перед учасниками арттерапевтичної практики, можна навести *приклад* символів за *Р.Асаджолі*, який умовно поділив їх на сім категорій:

1. *Символи природи*: вогонь, повітря, земля, вода, небо, зірки, сонце, місяць, гора, печера, озеро, вітер, дощ, дерево, квіти, символи, що пов'язані зі світлом та темрявою, тощо;

2. *Символи – живі істоти*: метелик, лев, тигр, змія, ведмідь, вовк, бик, олень, риба, птах, домашні тварини тощо;

3. *Людські символи*: мати, батько, дитя, мудрець, маг, король, королева, принц, народження, смерть;

4. *Антропологічні символи*: міст, канал, тунель, фонтан, маяк, свіча, дорога, двері, дім, сходи, дзеркало, меч тощо;

5. *Релігійні та міфологічні символи*;

6. *Абстрактні символи* (числа, геометричні фігури);

7. *Індивідуальні символи та символи, що виникають довільно*.

У якості прикладів релігійних символів можна розглянути з учасниками *символи християнства*. Зазвичай учасники відразу називають *хрест*, але менше людей знає, що *символом християнства* також є *риба*. У якості символу християнства учасники нерідко помилково називають Ікону. Насправді на Іконах зображують образи.

*Символіка кольорів* в писанках (крашанках) має особливе значення. Яйце червоно кольору є символом Воскресіння, жертвовності, небесного вогню. Жовтий та золотий кольори писанки – символами небесного світила, Сонця, багатства, родючості. Зелений – колір весни, воскресіння природи, надії і життя. На *Пасхальних крашанках хвилі* – це символ вічності і багатства; *баранячі ніжки* – символ благополуччя і багатства; *білі крапки* – чистота і світлість людської душі; *помаранчеві крапки* – достаток, надія на краще життя; *червоні крапки* – любов, сила, здоров'я, тощо.

Перед учасниками ставиться завдання, щоб обрані ними символи були максимально наближені до означеної ними негативної емоції або психологічного стану і між знаком і символом, які вони створили, має простежуватися певний зв'язок.

Далі учасники мають знайти відповідний *образ* до обраної ними негативної емоції або психологічного стану.

Відображення будь-якої реальності є *образом*, продуктом діяльності людської свідомості, а отже, суб'єктивною реальністю. В образі поєднано індивідуальний досвід особистості з спільним досвідом людства. В ньому поєднується архаїчне і сучасне мислення його творця, раціональне та емоційне. Саме образ містить таємницю перевтілення творчого задуму митця у матеріал художнього твору, в ньому відтворюється духовний світ учасника арттерапевтичних культурних практик та особливості його психологічного стану. Образ є насамперед філософським поняттям, що означає відображення, репрезентацію, представлення.

У християнстві поняття *образ* означає те ж саме що Ікона – зображення осіб або подій священної або церковної історії. Ікони є

предметом шанування Найбільш відомі Ікони – Образ Ісуса Христа, Образ Богородиці, Свята Сім'я.

В психології *образ* означає сформований у свідомості людини уявний (ментальний) образ, який людина знаходить в навколишньому середовищі.

Далі учасники мають знайти відповідну *метафору* до обраної ними негативної емоції або психологічного стану. Створення *метафор* є найскладнішим етапом цієї роботи. Для успішного виконання завдання потрібно часто практикувати з учасниками цю культурну практику.

На наступному етапі роботи учасники арттерапевтичних практик мають знайти відповідний знак, символ, образ і метафору до обраної ними позитивної емоції або психологічного стану та зобразити їх.

Наведемо приклад опрацювання учасницею культурної арттерапевтичної практики (Н.Г.) свого психологічного стану, в якому вона знаходилась в останні два тижні перед цією практикою. Жінка обрала емоційний стан *apatії*. Так як вона практикує музикант, то обрала знак *Diminuendo* – музичний термін, що означає поступове зменшення сили звуку, затихання. В нотах позначається знаком «>», або скорочено *dim.* (димінуйендо). У якості символу Н.Г. обрала і намалювала темну хмару. У стародавні часи вважалося, що хмари передають людям послання богів. Спостерігаючи за їхньою формою та кольором, люди в такий спосіб отримували знання. Н.Г. намалювала образ похмурої людини. Для апатії вона намалювала метафоричну картину коли все навколо уповільнює рух.

На протигагу стану апатії Н.Г. обрала позитивний психологічний стан – натхнення, використавши для його позначення солярний знак (геральдичний), що позначає Сонце у його русі і втілює тепло і світло. У якості символу вона обрала музичний термін *Accelerando*, що означає поступове прискорення темпу виконання музичного твору, особливо у його кінці. Жінка намалювала *образ людини, яка дивиться вгору*, що для неї означає стан народження ідеї. Стан натхнення вона описала поетичною *метафорою*: «Осінній дощ здається нескінченним, та зійде сонце, буде новий день».

Наведемо ще один приклад опрацювання учасницею культурної арттерапевтичної практики (К.С.) свого психологічного стану, в якому вона перебувала в останні два тижні перед цією практикою. Жінка обрала емоційний стан *розчарування* і позначила його дорожнім знаком Тупік, що застосовується для позначення дороги, що не має наскрізного проїзду. У якості *символу* К.С. обрала *туман*. Це символ деякої зони між реальністю та вигадкою, відомим та невідомим, світлом та темрявою. Туман можна тлумачити як багатий метафорический образ, до якого зверталось багато письменників, поетів та художників, і кожний з них вкладав в нього своє світобачення. К.С. намалювала *образ людини, яка сидить, закривши очі руками*. Зазвичай *закриті очі*

сприяють концентрації свідомості, очищенню від повсякденної метушні. Однак в даному випадку, цей образ символізує розчарування людини в оточуючому світі. Для метафоричної передачі цього стану вона обрала рядки з народної української пісні: «За туманом нічого не видно».

На противагу стану розчарування К.С. обрала позитивний психологічний стан – впевненість, використавши для його позначення Дорожній знак «Головна дорога». Він встановлюється для позначення дороги, рухаючись якою водій має переважне право проїзду. У якості символу вона обрала Червону Калину. Жінка намалювала образ людини, яка здіймає руки догори, що для неї означає віру в завтрашній день. Стан впевненості вона описала *метафорою*, використавши для цього рядок з популярної народної української пісні: «А ми тую Калину підіймемо».

Учасники культурних арттерапевтичних практик, які усвідомили сенс та зміст актуальних для них знаків і символів, можуть знайти відповідні до них образи і метафори, і таким чином швидше здобути ресурси для формування психічної цілісності та збереження свого психічного здоров'я.

**Головач Наталія Миколаївна**

*кандидат філософських наук, доцент*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККиМ*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8931-4302>*

## **Розвиток креативних індустрій в регіонах України**

Упродовж багатьох років креативні індустрії були прибутковим сектором економіки багатьох країн. Як зазначає Л. Снігірьова, то креативні індустрії включають сукупний цикл створення, виробництва та розподілу товарів та послуг на основі креативності та інтелектуального капіталу і є різноманітною сферою діяльності, а саме від традиційних мистецтв і ремесел, до сучасних високотехнологічних послуг, орієнтованих на вид діяльності, а саме виконавське та образотворче мистецтво, Список використаних джерел та видавнича справа, кіно, відео та мультимедіа, мода та ремесла, дизайн та архітектура [5, с. 103].

Між тим, на думку С. Задворного, то терміни «культурні індустрії» і «креативні індустрії» практично взаємозамінні, проте до культурних індустрій переважно належить культурна спадщина та традиційні види творчості, а до креативних індустрій прикладні творчі практики, інновації [2].

Нині у світовій економіці ринок креативної індустрії займає до-

силь важливе місце, зокрема зростає увага до розвитку креативних індустрій в Україні в період війни, оскільки, на думку А. Касич, А. Гутман такі підприємства є драйверами соціокультурного розвитку суспільства. Адже креативна індустрія, як самостійна галузь, постійно впроваджує інновації у своїй діяльності, тим самим створює нові продукти та послуги використовуючи творчий потенціал та інтелект людини [3, с. 53].

В умовах повномасштабного вторгнення креативні індустрії в Україні, не зважаючи на певні втрати, зберігають свою діяльність та допомагають підтримувати економічний розвиток, зокрема застосовуючи ефективні стратегії бізнесу [1, с. 123]. В умовах постійних змін, з точки зору стратегічного менеджменту, базовою потребою є збереження людського капіталу та підтримка сприятливого середовища для реалізації індивідуальних талантів, творчості та креативності своїх співробітників [1, с. 124].

Наприклад, галузева Асоціація «IT Ukraine» разом з IT-кластерами та партнерами у 2022 році провела національне дослідження Do IT like Ukraine<sup>1</sup> серед 116 компаній, з метою визначення ролі IT-індустрії в Україні, зокрема її внесок в економіку держави під час війни та її потенціал у відновленні країни в майбутньому [1, с. 123]. За даними результатів опитувань, основними управлінськими рішеннями українських компаній у сфері креативних індустрій стали релокація бізнесу, дистанційний режим роботи, та збереження персоналу попри скорочення замовлень. Внаслідок повномасштабного вторгнення 70,8% IT-компаній провели незаплановану релокацію, з яких 17,5% компаній обрали релокацію лише в межах України, 49,6% як в межах України, так і за кордоном, а 3,6% виключно за кордоном. Щодо креативних фахівців, то 80% залишились в Україні, а 20% евакуювалися за кордон [1, с 124].

Разом з тим, в Україні стають все більш актуальними проблеми розвитку креативних індустрій в регіонах. Досягнення у формуванні креативних індустрій спостерігалися у ряді регіонів, а саме у Києві, і найбільших регіональних центрах, серед яких Одеса, Харків, Дніпро. Проте креативний кластер активно розвивався і у Вінниці, Тернополі, Запоріжжі, Полтаві та Ужгороді [6].

Останнім часом креативні індустрії все більше інтегруються в розвиток міст, територіальних громад тощо і сприяють інновазації ринків існуючих товарів, послуг та розвитку суспільного життя, політики, торгівлі, культури, мистецтва [3, с. 54].

З точки зору форм бізнесу, креативні індустрії засновані на пріоритеті малих і середніх підприємств, що виробляють творчі продукти і послуги та орієнтовані на пошук виходу на глобальні ринки, а це дає можливість реалізовувати принципи глокалізації, а саме збереження самобутності, ідентифікації та популяризації місцевої культури, тим



самим створюються умови для доступу місцевих культурних продуктів до світового ринку. А тому культурні організації мають слідувати міжнародним вимогам та дотримуватися стандартів, бути включеними до міжнародних мереж, що сприятиме покращенню якості товарів і послуг [2, с. 115].

Креативні індустрії, які поєднують можливості творчого підходу до розвитку регіонального соціокультурного простору та актуалізацію потенціалу місцевої громади, можуть стати важливим чинником розвитку культурних практик на місцях. Розуміння можливостей креативних індустрій для розвитку регіональної культури знаходиться на початковому етапі, і до цих пір, на думку Л. Снігирьової, не існує достатньо реалізованих проєктів та теоретичних розробок на місцях, тим самим найближчі перспективи розвитку креативних індустрій, в українських регіонах, будуть переважно в контексті відродження традиційних ремесел, місцевих художніх виробництв тощо [5, с. 103].

В культурних практиках регіонів важливу роль можуть відігравати традиційні культурні установи серед яких музеї, театри, бібліотеки, клуби, палаци культури та творчості, які активно шукають та випробовують нові форми роботи та можуть активізувати місцеву громаду, тим самим впливати на оновлення міського середовища. Проте діяльність більшості провінційних культурних закладів переважно не виходить за рамки традиційних форм роботи. А тому є необхідність впровадження нових форм соціокультурної діяльності, що посприє розвитку творчого потенціалу місцевих жителів та створення креативних продуктів і послуг [5, с. 104].

Своєю чергою, для реалізації інноваційної діяльності на підприємствах креативної індустрії з метою підвищення конкурентоспроможності, слід запровадити, на думку А. Касич, А. Гутман, нові підходи, а саме:

- покращити послуги для людей з обмеженими можливостями, що дозволить збільшити споживчий сегмент;

- запровадити систему знижок і подарункових карток, що дозволить зацікавити клієнтів своєю політикою лояльності та збільшити продажі [3, с. 54];

- використовувати віртуальну і змішану реальність, так як комп'ютерні програми проєктують віртуальні об'єкти в реальний світ через камери та екрани комп'ютерів;

- використовувати технологій для стимулювання людського дотику, а саме тактильний зворотний зв'язок, який створює різноманітні тактильні ілюзії тощо [3, с. 55].

Отже, креативні індустрії в Україні мають значний потенціал, адже формують імідж держави та регіонів країни, сприяючи підвищенню їх конкурентоспроможності. І попри певні втрати, внаслідок повномасштабного вторгнення, зберігають свою діяльність та допомагають підтримувати економічний і соціокультурний розвиток країни.

### Список використаних джерел

1. Бігдай В.П. Розвиток компаній у сфері креативних індустрій в умовах змін. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/026709a6-86cf-45cc-a43c-e51e04c2e592/content> (дата звернення: 20.04. 2024).
2. Задворний С. Креативні індустрії крізь призму конструювання територіальної ідентичності: децентралізаційний контекст // Суспільна географія і картографія: наукова спадщина та сучасні українознавчі студії : матеріали Всеукраїнського наукового онлайн-семінару з участю закордонних учених, присвяченого 120-літтю від народження професора Володимира Кубійовича (1900–1985) (Україна, м. Львів, 17 грудня 2020 р.). Львів : Простір-М, 2021. С. 114-119.
3. Касич А.О., Гутман А.І. Особливості управління інноваціями на підприємствах креативної індустрії. URL: [https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/20479/1/IMPER\\_2022\\_V2\\_P052-055.pdf](https://er.knuid.edu.ua/bitstream/123456789/20479/1/IMPER_2022_V2_P052-055.pdf) (дата звернення: 10.04. 2024).
4. Мариненко Н., Шевчук Р. Креативні індустрії в умовах війни. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39258/2/FMNEscps\\_2022\\_Shevchuk\\_R-Creative\\_industries\\_during\\_77-79.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39258/2/FMNEscps_2022_Shevchuk_R-Creative_industries_during_77-79.pdf) (дата звернення: 20.03. 2024).
5. Снігирьова Л. М. Творчі індустрії та культурні практики як фактор креативного розвитку регіонів // Культурологічний альманах: Випуск 7. – Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2018. С.102-105.
6. Циватий В. Г. Культурні і креативні індустрії в умовах поліцентричного світоустрою ХХІ століття: інституціональний і політикодіпломатичний дискурси // Культурологічний альманах: Випуск 13. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2020. С.106-110.

*Делієва Наталя Вікторівна*  
*президентка БО «Перший благодійний*  
*театральний фонд», м. Одеса, Україна*  
*nata.delieva@gmail.com*  
*<http://orcid.org/0000-0003-1573-9783>*

### **Вектори підтримки культури та поширення культурних надбань шляхом організації імерсивних виставок**

Імерсивний формат популярний у світі, за рахунок своїх особливостей подання інформації він більш зрозумілий, отже актуальний та доречний для презентації української культури світовій аудиторії та участі у міжнародних проєктах. Це може бути спрямовано на: взаємодію та участь в міжнародних культурних обмінах та проєктах для привертання уваги до української культури та отримання підтримки у відновленні культурних цінностей; поширення культурних надбань серед членів української діаспори; формування бренду держави та локальних територій; формування кола інформаційної, матеріальної та фінансової підтримки за кордоном; співпрацю з міжнародними організаціями, в тому числі звернення до міжнародних культурних та гуманітарних організацій для отримання допомоги та захисту культурної спадщини; культурні заходи, що висвітлюють ініціативи та проєкти, спрямовані на підтримку миру та пом'якшення наслідків війни, а саме організацію культурних івентів та виставок чи використання їх елементів задля привертання більшої уваги та аудиторії. Такий формат до-

речний як для зовнішніх, так і внутрішніх цільових аудиторій.

Разом з тим, окреслимо можливі вектори підтримки культури та поширення культурних надбань, що є нагальними для умов військового стану.

Надзвичайно вагомим, особливо в умовах війни, є віртуалізація збереження історичної пам'яті та культурної спадщини. Зауважимо, що така діяльність сьогодні актуальна для всього світу, спричинена була, перш за все, пандемією коронавірусу в світі, через що музеї активізували онлайн-діяльність.

Дослідження Museum Innovation Barometer 2021 [1], в якому взяли участь 39 країн, включаючи Україну, вказує, що 85% сучасних музейних закладів уже використовують аудіо та відеоеlementи на регулярній основі, а 68% візуальні інформаційні дисплеї та проєкції, також наявні і смарт-об'єкти (47%), онлайн-виставки (42%), інтерактивні поверхні та адаптивні простори (36%), а також просторове аудіозвучання (36%), найменш залучені елементи – голографія, AI, VR/AR та інші імерсивні технології.

Якщо розглядати віртуальний музей без прив'язки до музейного закладу як будівлі, то, фактично, це окремий, автономний суб'єкт культурної та музейної діяльності, створений у форматі інформаційної онлайн-платформи, що містить систему цифрових продуктів для ознайомлення користувачів з експозиціями та колекціями за допомогою інфотехнологій [2]. Він інтегративний, позатериторіальний та багатофункціональний.

Серед пріоритетних завдань Міністерства культури та інформаційної політики України зазначено «створення електронного інформаційного ресурсу культурної спадщини та культурних цінностей з базами даних про об'єкти культурної спадщини, предметами Музейного фонду України» [3], та визначено шляхи «формування національної інфраструктури даних про об'єкти культурної спадщини та культурні цінності на засадах актуальності, достовірності, повноти, цілісності та доступності відкритих даних» [4]. Виконання окреслених завдань покликане покращити популяризацію культурної спадщини, використання її освітньо-просвітницького потенціалу, що посприє побудові єдиного інформаційно-культурного простору [5].

Разом з тим, така діяльність створює базу для цифрової архівації українського музейного фонду. Особливо гостро питання постає, з огляду на факти. В умовах повномасштабної війни, розпочатої рф проти України, станом на кінець 2022 рік, за підрахунками ООН, збройна агресія Росії в Україні пошкодила 199 культурних об'єктів у 12 регіонах. За даними ЮНЕСКО, серед них 84 церкви та інші релігійні об'єкти, 37 будівель історичного значення, 37 будинків культури, 18 пам'яток, 13 музеїв і 10 бібліотек. [6].

Відтак, створення цифрових архівів може сприяти збереженню

культурних об'єктів та артефактів за допомогою цифрових технологій, що дозволяють відтворити їх історію та образ у випадку втрати фізичних об'єктів.

Логічно, що таке оцифрування, в майбутньому, за залучення архітекторів та дизайнерів для розробки, послужить інформаційною основою для відновлення культурних об'єктів та місць, що постраждали внаслідок конфлікту.

Ще один важливий вектор – зафіксовані розповіді та свідчення. Це можуть бути як збір та фіксація розповідей, свідчень та історій, пов'язаних з культурними місцями та об'єктами, для збереження пам'яті, так і формування інформаційної бази про звірства росіян в Україні. Так, наприклад, що під час опрацювання матеріалів для імерсивної виставки «Україна – земля хоробрих» були відібрані фото і свідчення для Гааги [7].

Спроби розвитку культурних ініціатив загалом та імерсивних виставок зокрема під час війни часто стикаються зі значними труднощами і викликами. Однак деякі можливі дії та підходи можуть допомогти у збереженні культурної спадщини та підтримці духовної життєздатності суспільства навіть в умовах військових подій. Такими можуть стати:

Культурна терапія. Здійснення культурних ініціатив, що спрямовані на полегшення стресу та підтримку душевного здоров'я в умовах конфлікту, організація заходів та виставок для підтримки психосоціального благополуччя ветеранів та їх родин, а також допомога внутрішньо переміщеним особам через культурні програми для переселенців задля їх кращої адаптації.

Організація мобільних імерсивних виставок з різних тематик, які можуть подорожувати та дістатися різних місцевостей і бути пристосованими до різного типу просторів.

Міжсекторальна співпраця, що базується на взаємодії з бізнесом та іншими секторами та галузями господарства для створення інноваційних імерсивних проєктів, що сприяють культурній реабілітації і підвищенню інформації про галузь. Така співпраця може бути взаємовигідною та включати надання фінансової підтримки та грантів для художників, які працюють у важких умовах конфлікту, а також для залучення фінансової підтримки та ресурсів для організації імерсивних виставок.

Хоча умови воєнного стану можуть суттєво ускладнити реалізацію культурних ініціатив, інноваційні та відповідальні підходи можуть сприяти збереженню культурної спадщини та підтримці суспільства навіть в таких складних ситуаціях

Враховуючи, що Україна – мультинаціональна та мультикультурна держава, через культурні події та виставки, можна також сприяти міжкультурному діалогу та взаєморозумінню, шляхом розробки

проектів, що включають представників різних етнічних груп для підтримки культурної різноманітності та взаєморозуміння. Ці практики можуть сприяти не тільки збереженню культурної спадщини в умовах війни, але й створенню позитивного впливу на духовний стан суспільства та процеси взаєморозуміння.

Зважаючи на те, що напрями розвитку культурних індустрій визначаються цілями державної політики в сфері культури, держава може відігравати важливу роль у підтримці та розвитку імерсивних виставок, спрямованих на підтримку культурних надбань. Ось деякі можливі шляхи та напрями, які мають визначатись на державному рівні та підтримуватись державою: 1) Гранти та фінансування. Цей напрям включає розробку програм грантів для художників, дизайнерів та кураторів, які працюють над імерсивними виставками. А також забезпечення фінансової підтримки національним та регіональним проектам з імерсивних виставок; 2) Створення інфраструктури. Даний напрям визначає необхідність сприяння розбудові та підтримці спеціалізованих просторів для організації імерсивних виставок та подій; 3) Партнерство з приватним сектором та стимулювання інвестицій. Мова іде про створення прозорих умов щодо залучення приватних компаній до співпраці та інвестування у проекти імерсивних виставок через податкові стимули або інші форми підтримки; 4) Співпраця з освітніми установами для інтеграції імерсивних виставок у навчальні плани та програми; 5) Культурна дипломатія та підтримка за кордоном: Активна участь у культурних обмінах та подіях, спрямованих на популяризацію української культури у світі через імерсивні формати; 6) Розробка нормативних актів, які сприяють розвитку імерсивних проектів та регулюють їхню реалізацію; 7) Забезпечення доступу до культурних архівів та ресурсів для художників та дослідників для створення імерсивних проектів; 8) Промоція та маркетинг. Проведення рекламних кампаній та заходів для привертання уваги до імерсивних виставок; 9) Сприяння дослідженням, що спрямовані на розвиток імерсивних технологій в культурній сфері.

Ці практики можуть сприяти створенню сприятливого середовища для розвитку імерсивних виставок та підтримки культурних ініціатив у країні. Співпраця держави з різними секторами суспільства забезпечить широкомасштабний і позитивний вплив на розвиток культурного простору, навіть в умовах воєнного стану.

#### **Список використаних джерел**

1. Museum innovation barometer 2021. Culture Action Europe. URL : <https://cultureactioneurope.org/knowledge/museum-innovation-barometer-2021/> (дата звернення: 01.05.2024).
2. Ільчук Т. Віртуальний музей – ефективний механізм збереження історичної пам'яті та культурної спадщини. Українська медіа ліга. URL : <https://medialeague.com.ua/virtualnyj-muzej-efektyvnyj-mehanizm-zberezhennya-istorychnoyi-pamyati-ta-kulturnoyi-spadshhyny/> (дата звернення: 01.05.2024).
3. Про затвердження середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року та

- плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D1%80>. (дата звернення: 01.05.2024).
4. Про затвердження плану пріоритетних дій Уряду на 2021 рік. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/276-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 01.05.2024).
5. Варивончик, А. В., Оборська, С. В., Литвиненко, Н. М. Проблеми та перспективи цифрових трансформацій в музейній практиці та сучасному мистецтві, 2022. URL : <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4151> (дата звернення: 01.05.2024).
6. Міністр культури та інформаційної політики України Олександр Ткаченко повідомив, що російські військові розграбували майже 40 українських музеїв. Збитки оцінюють у сотні мільйонів доларів. URL : <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/okupanti-rozgrabovali-40-ukrajinskih-muzejiv-novini-ukrajini-50275635.html> (дата звернення: 01.05.2024).
7. Україна – земля хоробрих. Веб сайт імерсивної виставки. URL : <https://www.immersiveukraine.com> (дата звернення: 01.05.2024).

**Дьяченко Роксолана Вікторівна**  
кандидат мистецтвознавства  
доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка  
*r.diachenko@kubg.edu.ua*  
<https://orcid.org/0000-0002-8177-2357>

**Долга Ульяна Юріївна**  
студентка факультету журналістики  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

## **PR як частина креативної індустрії**

Зв'язки з громадськістю (PR або Public Relations) можна розглядати не лише як інструмент для побудови позитивного іміджу чи спілкування з аудиторією, а і як частину креативних індустрій. PR включає в себе стратегії та техніки комунікації, спрямовані на взаємодію та співпрацю з різними групами інтересів, такими як клієнти, громадськість, ЗМІ, державні органи тощо, з метою побудови позитивного іміджу, підвищення усвідомленості або впливу на цільову аудиторію.

Досліджуючи історію розвитку PR, можна виокремити кілька хронологічних етапів, від просто-PR в давні часи та аналогів PR в середньовіччі, до періоду Відродження та сучасності. Однак, коли мова йде про системний PR, його перші прояви відзначаються саме в Сполучених Штатах Америки.

Концепція зв'язків з громадськістю, як засобу спілкування, вперше виникла у 1807 році, коли президент США, Томас Джефферсон, використав термін «паблік рілейшнз» замість звичного словосполучення «стан думки» в чернетці свого «Сьомого звернення до Конгресу». На жаль, на той момент це не отримало широкого поширення, і лише у ХХ столітті цей термін став загальновідомим [2].

Експерт у сфері зв'язків з громадськістю, Е. Бернейз, відомий як «батько суспільних відносин», визначає цей термін як ««діяльність,

яка направлена на встановлення відносин між особистістю, групою, або громадськістю від якої вона залежить». Бернейз також зауважив, що основою піару є соціальні науки, а не журналістика, як це вважалося раніше. Він пояснював, що здійснюючи вплив на поведінку соціуму, фахівці в значній мірі задіють суспільні науки, а не філологію [5].

Сьогодні ми можемо розглядати PR як частину Креативної Індустрії з багатьох причин. Рекламу, маркетинг та PR є другою Креативною Індустрією (КІ) України за обсягами ВДВ – в 2019 році вона створила більше 17% усієї ВДВ КІ України. Ця креативна індустрія включає 5 видів економічної діяльності: Діяльність інформаційних агентств, Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю, Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, Рекламні агентства та Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації [1].

Public Relations як частина КІ включає в себе розробку стратегій та кампаній для побудови позитивного іміджу компаній, брендів або осіб. Це вимагає креативних підходів у створенні унікальних концепцій та комунікаційних стратегій. PR найчастіше використовується для:

- управління репутацією і кризовими ситуаціями;
- комунікації у соціальних медіа;
- організації заходів;
- співпраці зі ЗМІ;
- розробки іміджу;

До прикладу, бренд косметики Dove має дуже потужний PR-імідж. Уже багато десятиліть Dove успішно позиціонує себе як бренд, який піклується про жіночу самооцінку. Компанія запускає багато ініціатив для підтримки своїх цінностей. Наприклад, проєкт «Self-Esteem» допомагає молодим людям розвинути впевненість у собі та звертає увагу суспільства на проблеми, з якими стикається молодь [3].

Окрім цього, зв'язки з громадськістю включають в себе використання різних каналів комунікації, включаючи традиційні ЗМІ та соціальні мережі. Створення цікавого та привабливого контенту для цих каналів вимагає креативного мислення. Такий PR полягає у взаємодії з блогерами, celebrities, у створенні різних матеріалів для онлайн-медіа – в усьому, що дає змогу отримати якомога більше якісних згадок в соціальних мережах, а також покращити пошукову оптимізацію (SEO). Така стратегія допомагає досягти цільових клієнтів, з'являючись на веб-сайтах, подкастах й акаунтах у соціальних мережах [6].

Оскільки ми живемо в епоху перенасичення контентом, єдиний спосіб зробити контент особливим та ефективним – зробити його привабливим. Через це, важливим елементом сучасної промоції є дизайн та його роль у візуальній комунікації. За дослідженнями видання DesignWanted:

- 93% всієї людської комунікації є візуальною;

- колір покращує усвідомленість бренду на 80%;
- 7 з 10 споживачів вважають, що дизайн упаковки має великий вплив на рішення про покупку;
- 94% клієнтів припинили б відвідування веб-сайту з поганим графічним дизайном;
- 60,8% маркетологів стверджують, що візуальні матеріали ключові для їх маркетингового плану [4].

Сфера зв'язків з громадськістю вимагає постійного пошуку нових ідей та творчих рішень для досягнення цілей клієнта. Піар-кампанії часто базуються на ідеях, які привертають увагу та запам'ятовуються аудиторії. Вони можуть включати унікальні події, відеоролики, інтерактивні рекламні кампанії та інші креативні елементи.

#### **Список використаних джерел**

1. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / Ольга Ніколаєва та ін. Київ : Kyiv School of Economics, 2021, 34 с.
2. Паблік рилейшнз. URL: <https://subjectum.eu/political/dict/994.html> (дата звернення: 18.04.2024).
3. Як PR допомагає підтримувати позитивний імідж? URL : <https://youscan.io/ua/blog/public-relations/> (дата звернення: 18.04.2024).
4. 10 Key statistics why graphic design plays a vital role in marketing your business URL: <https://jennpereira.medium.com/10-key-statistics-why-graphic-design-plays-a-vital-role-in-marketing-your-business-d85349671b57> (дата звернення: 18.04.2024).
5. Bernays E.L. The later years. Public relations insight 1956 – 1986 N.Y.: H&M Publishers, 1986. 152 p.
6. Digital PR та його особливості. URL : <https://cases.media/en/article/digital-pr-ta-iogo-osoblivosti> (дата звернення: 18.04.2024).

***Політова Олена Аркадіївна***

*кандидат історичних наук*

*завідувач кафедри інформаційних комунікацій*

*Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

*[o.politova@kubg.edu.ua](mailto:o.politova@kubg.edu.ua)*

*[orcid.org/0000-0002-6516-0828](https://orcid.org/0000-0002-6516-0828)*

## **Розвиток фахових якостей майбутніх спеціалістів медіасфери: сучасні проблеми та шляхи їх вирішення**

Першим серед пріоритетів розвитку Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (КУБГ) на 2023-2027 рр. визначено підготовку конкурентоспроможних професіоналів за сучасними освітніми програмами [1]. «Прагнемо досконалості» – гасло колективу університету, тож кожна кафедра постійно намагається тримати високу планку у своїй роботі: вивчати нові тенденції в освітній галузі, впроваджувати інноваційні напрацювання у викладанні навчальних дисциплін.

Мета повідомлення – розкрити напрями розвитку фахових якос-



тей майбутніх спеціалістів медіасфери на основі досвіду кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва КУБГ.

Кафедра інформаційних комунікацій факультету української філології, культури і мистецтва проводить освітню, наукову та методичну діяльність за освітньо-професійною програмою (далі – ОП) 029.00.02 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, а також за ОП 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм» (далі – ВТП) спеціальності 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво. І, якщо у підготовці майбутніх бібліотечних працівників та архівістів фахівцями вже напрацьований значний досвід викладання відповідних дисциплін, то у напрямі навчання майбутніх телевізійників колектив кафедри нині знаходиться у постійному творчому пошуку нових ідей, маючи на меті впровадження прогресивних методів викладання у цій важливій сфері.

Навчальний план ОП ВТП має широкий перелік дисциплін, що сприяють опануванню медіа-комунікаційними технологіями, зокрема, дисциплін з обов'язкового компоненту: «Теорія та історія екранних мистецтв», «Акторська майстерність», «Майстерність ведучого в кадрі», «Стиль та імідж ведучого телепрограм», «Цифрові комунікаційні інструменти», «Медіаправо», «Медіапсихологія», «Медіаменеджмент та медіамаркетинг», «Сценарна майстерність», «Теорія і практика монтажу» тощо; а також вибіркового компоненту: «Сучасні інформаційні програми на телебаченні», «Робота телеведучого в програмі новин», «Практикум з інтерв'ювання», «Телевізійні студії», «Режисерський стиль автора ведучого», «Історія і типологія репортажних проєктів» та ін.

У процесі започаткування підготовки фахівців з аудіовізуального мистецтва перед колективом кафедри постали певні проблеми:

- пошук науково-педагогічних кадрів з цієї спеціальності;
- недостатнє розуміння здобувачами важливих аспектів своєї спеціальності;
- потреба в корекції навчальних програм, які іноді схожі за змістом;
- необхідність внесення змін у структуру навчальних планів;
- пошук відповідних баз практики.

Керівництвом факультету та кафедри були визначені головні напрями розвитку фахових якостей майбутніх спеціалістів медіасфери, а нині колективом вже напрацьовано певний досвід у цій справі. Насамперед, визначено гаранта зазначеної ОП – це Малюк Євген Олександрович, кандидат наук з культурології, який має відповідні наукові інтереси: сучасна культура, дослідження відеоігор, цифрове мистецтво. Креативні підходи у викладанні згаданих дисциплін уже показали Р. А. Новикова – заслужена артистка України, доцент кафедри, яка викладає майбутнім ведучим дисципліни з телевізійного мистецтва; А.

В. Мажара – старший викладач кафедри, режисерка документального кіно, фахівець в галузі телевиробництва та медіа. Нещодавно у колектив кафедри прийшов старший викладач Д. І. Вітковський, який навчає студентів основам аудіовізуального виробництва, операторському мистецтву та технологіям монтажу.

Розширення уявлень здобувачів фаху ВТП відбувається не лише на лекціях та практичних заняттях. Наприклад, Є. О. Малюк веде гурток «Медіалабораторія». Його мета – залучити студентів до самостійного дослідження тем, які пов'язані з медіа, через виконання наукових та творчих проєктів під керівництвом викладача. Завдання гуртка – сформувані у студентів базові уявлення про дослідження сучасних медіа; ознайомити їх з основними процесами створення медіаконтенту та навчити основним навичкам роботи з різними формами медіапродуктів.

У листопаді 2023 р. кафедрою започатковано проведення круглого столу «Медіаосвіта і медіапрактика», наступне засідання заплановане на травень 2024 року. Мета цього заходу – обговорити актуальні питання розвитку вищої освіти у галузі аудіовізуального мистецтва та виробництва з науковцями та практиками, представити проєктні роботи здобувачів вищої освіти Факультету української філології, культури і мистецтва. Цільова аудиторія – здобувачі першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти, аспіранти, молоді вчені, науково-педагогічні, наукові, педагогічні працівники, практики аудіовізуальної сфери.

На першому засіданні професійна дискусія розгорталася навколо таких важливих для розвитку вищої освіти в галузі аудіовізуального мистецтва та виробництва аспектів, як створення аудіовізуальних продуктів під час навчання за ОП ВТП; вибір стратегії просування медіапродукції; дослідження медіатекстів, що існують в сучасній масовій комунікації; роль і сутність медіакомпетентності та медіаграмотності в навчальному процесі

Яскравим результатом практико-орієнтованого навчання грінченківців стала демонстрація студентами власних медіапроєктів «Театр і Артеміда», «Кінопаралелі» та «Metamorphosis project». Означені роботи презентували здобувачі І. В. Гордійчук, Ю. В. Карпук, І. А. Шклярєнко, Т. О. Кравченко. Студенти активно висловлювали свої міркування про майбутнє професії, пошук власного шляху.

Великою популярністю у студентів користуються гостьові лекції з відомими телевізійниками. Наприклад, упродовж поточного навчального року здобувачі ОП ВТП стали учасниками знімального процесу та спробували себе у ролі інтерв'юєрів під час зустрічі з Анатолієм Бондаренком – журналістом, редактором, сценаристом, українським телеведучим, який має досвід роботи в медіа понад 30 років. На зустрічі Анатолій Бондаренко був щирим і відвертим, захоплююче

розповідав про розвиток своєї кар'єри, курйозні моменти на знімальних майданчиках, проблеми й нові віхи в житті. Студенти отримали багато практичних порад на майбутнє, зрозуміли найважливіші шляхи фахового розвитку.

Запам'яталася студентам і гостьова онлайн лекція Романа Козака – режисера й актора театру, володаря Всеукраїнського театрального «Оскара» фестивалю-премії «Гра» на тему: «Акторська майстерність та робота над літературним текстом». Присутні мали можливість поспілкуватися з митцем про особливості акторської професії і поставити запитання, які є важливими для розуміння їх кар'єрних перспектив.

В рамках навчальної дисципліни «Теорія та історія екранних мистецтв» викладачем А. В. Мажарою була також організована гостьова лекція заслуженого артиста України, актора та режисера театру і кіно, сценариста, письменника, продюсера, каскадера, мультиплікатора Андрійка Віктора Миколайовича на тему: «Цікаві сторінки української анімації».

1 квітня 2024 року для студентів 1 і 2 курсів ОП майстер-клас «Від мрії до дії» провів Євген Тунік – відомий український шоуранер, режисер, сценарист, автор культового молодіжного серіалу «Перші ластівки» та серіалу «Перевізниця». Він розповів про робочі моменти на знімальному майданчику та особливості закадрової роботи, складнощі у зйомках в умовах війни та комендантської години. Шоуранер надав присутнім меседж для роздумів своєю фразою: «Всі ви будете ведучими, але хтось буде ведучим свого життя, а хтось телебачення...».

З метою створити умови для розвитку творчого потенціалу талановитої молоді, розширити уявлення здобувачів про значення обраної професії для суспільства, популяризувати спеціальності, які забезпечує Факультет української філології, культури і мистецтва КУБГ, кафедрою започаткований Всеукраїнський конкурс творчих робіт учнівської і студентської молоді «СОФІТ» (Спільнота Обдарованих Філологів, Інформаційників та Телеведучих) [2].

Завдання цього конкурсу – долучити студентів КУБГ, інших закладів вищої освіти, а також учнів 10-11 класів закладів загальної середньої освіти до участі в популяризації спеціальностей Факультету української філології культури і мистецтва; сформувати уявлення про майбутню професію та свідоме ставлення до свого вибору майбутнього; підвищити рівень популярності КУБГ; сприяти розвитку творчого й мистецького потенціалу учнівської і студентської молоді; активізувати профорієнтаційну діяльність серед учнів старших класів.

Усі перелічені заходи – важлива частина практико-орієнтованого навчання, яке дає відповідні результати в контексті поліпшення якості освітнього процесу.

### Список використаних джерел

1. Стратегія розвитку Київського столичного університету імені Бориса Грінченка на 2023-2027 рр. URL : <https://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/strategiia-rozvytku-kyivskoho-stolychnoho-universytetu-imeni-borysa-hrinchenka-na-2023-2027-rr.html> (дата звернення: 1.05.2024).
2. Всеукраїнський конкурс творчих робіт учнівської і студентської молоді «СОФІТ». URL : <https://fufkm.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-informatsiinykh-komunikatsii/konkurs-sofit.html> (дата звернення: 1.05.2024).

**Святненко Анна Василівна**

*кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івернт технологій НАКККіМ*

*a.sviatnenko@dakkkim.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0001-5337-5656>*

### **Культурно-мистецькі практики національного центру «Музей Івана Гончара» в умовах великої війни**

Культурно-мистецька діяльність Музею Івана Гончара є одним із ключових напрямів роботи закладу, а також важливою складовою музейної комунікації. Цей вид діяльності здійснюється на основі музейних колекцій, експозицій і виявляється в розробці і проведенні різноманітних форм і видів роботи з аудиторією. Місце, яке музей займає в соціокультурній сфері, переважно залежить від ефективності саме цього напрямку роботи.

З початком повномасштабної війни, що її розпочала московія проти України діяльність Музею значно ускладнилась, деякою мірою змінилась, заходи здебільшого плануються і проходять в змішаному чи онлайн форматі, але Музей працює і приймає відвідувачів.

Одним із важливих напрямків була і залишається виставкова робота. Це творча діяльність, співробітники створюють нові музейні виставки завдяки чому відвідувачі мають змогу знайомитися з унікальними пам'ятками історії та культури, а збірна колекція музею дозволяє створювати тематичні виставки до різних подій, знаменитих дат, народних, релігійних, державних свят.

Так, в страшний 2022 р. співробітники намагалися максимально реалізувати план роботи. Були проведені наступні виставки: «Іван Гончар» віртуальна 3Д виставка. Вона присвячена 110-ій річниці від дня народження засновника Музею. Гості мали можливість віртуально мандрувати залами (протягом року виставку відвідало 2179 осіб), знайомитися з творчими і дослідницькими здобутками І. Гончара; «Небо на землі» – колекція українських ікон, зібраних Іваном Гончаром (1275 відвідувачів); «Мама-українки на фотографіях початку ХХ століття (6395) відвідувачів; «Відчути образ України» – традиційне на-

родне вбрання (4462 відвідувачів); «З янголом у човні» – підготовлена до 100-річчя від дня народження Анастасії Рак, народної малярки на склі (1024 відвідувачів) тощо [2].

Діяльність Музею максимально зорієнтована на онлайн-формат. Так, шість із дев'яти виставок демонструвалися на сайті Музею. З виставковими експозиціями у 2022р. ознайомилося майже 21 тис. осіб [2]. Не припинялася виставкова діяльність і в 2023р. Сайт Музею повідомляє, що у звичному форматі проходила виставка національного кримськотатарського та українського одягу «Свято». В межах цього заходу проходила й лекція «Народне вбрання Поділля» [5]. На подвір'ї Музею у листопаді влаштовано банерну виставку «Спецоперація «Зруйнований рай». Вона є благодійною, зібрані кошти підуть на підтримку зруйнованого москалями об'єкту культурної спадщини – будинку Поліни Райко у місті Олешки на Херсонщині. На виставці представлені світлини розписаних інтер'єрів хати П. Райко, зафіксовані експедиційною групою Музею Івана Гончара 2013 році. Цей проєкт передбачав проведення концерту «Пісні Півдня України», в якому брали участь фольклорні гуртки, що виконували пісні південного регіону. Відвідувачі мали можливість послухати лекції про традиції та культуру Півдня України [4]. Фотовиставка стародавніх українських цвинтарів та хрестів «Повернути історичну пам'ять» відбувалася протягом березня-квітня 2024р. Організатори виставки (громадська організація «Україна Інкогніта» і НЦНК «Музей Івана Гончара»): «показують і розповідають про стародавні українські некрополі, адже саме це сприяє відновленню історичної справедливості та поверне національну пам'ять про нашу справжню історію і наших предків» [7].

Група фольклористів, науковців, митців національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» започаткували український дитячий фольклорний фестиваль «Орелі» (з 2009 р.). Програма Фестивалю включає низку заходів із залученням фольклорних гуртів, народних майстрів, фольклористів, етнографів, екологів, психологів, медиків, видавців з метою демонстрації практичних навиків етнопедагогіки і народної культури загалом, а також для вироблення спільної концепції виховання дитини з розроблення програми на «нові традиційних форм розвитку дитини та впровадження її в сучасне культурно-виховне середовище [8]. Сайт музею інформує, що фестиваль відбувається двічі на рік: влітку і на різдвяні свята. Не став виключенням 2023 р. В червні місяці на подвір'ї Музею відбувся захід, програма якого передбачала низку цікавих і різноманітних дій. Дитячі гуртки із Волині, Закарпаття, Київщини, Миколаївщини, Черкащини та Хмельниччини презентували унікальність своїх регіональних традицій. Упродовж дня працював ярмарок народних ремесел і дитячої літератури. Традиційно майстри проводили майстер-класи і передавали свій досвід створювати вироби з соломи, глини, трави, виготовлення та розпис

іграшок, ляльок-мотанок тощо. Спеціально підготовлений простір для наймолодших гостей віком від 0 до 3 років та їх батьків «Пuzzle», де проводились творчі та рухливі завдання для діточок, середовище емоційного, фізичного, психологічного розвитку для немовлят. Організовувались і проводились дитячі ігри, козацькі забави, що проводили учні школи козацького бойового звичаю «СПАС». Дитячі народні казки представляв казкар Богдан Бенюк. Захід завершився традиційними народними танцями [1].

«Музей Івана Гончара» проводить також фестиваль під назвою «Кобзарська трійця», який сприяє подальшому відродженню та популяризації традиційного кобзарського мистецтва та привертає увагу громадськості, зокрема молоді до національних традицій, культурно-історичних надбань українського народу.

З початком повномасштабного вторгнення країни-агресоромосковії частина братчиків Кобзарського цеху взяли до рук зброю і стали на захист країни. Тому традиційний формат проведення фестивалю було змінено. Так, на свято Трійці у червні місяці 2022 р. кобзарювання бандуристів, кобзарів та лірників відбувалося біля церков та монастирів, на ярмарках і базарах, на вулицях міста. Кобзарі виконували традиційні думи, балади, історичні, козацькі пісні, канти та псалми. У визначеному місці, біля церкви відбулося освячення кобзарських інструментів: гусла, ліра, кобза. Учасники фестивалю представляли Львів, Ромни, Переяслав і Київ.

Щороку, починаючи з 2016р. до Міжнародного дня музеїв на подвір'ї НЦТК проходить фестиваль «Ніч традиційного танцю». Захід триває цілу ніч, поціновувачі живої музики, танців з усієї країни збираються разом щоб прожити найдовшу травневу танцювальну ніч. Не став виключенням 2023р. Учасникам пропонувалося протягом ночі затанцювати майже півсотні давніх танців: Метелиця, Гопак, Голубка, Гуцулка, Коломийка, Чабан, Козак, Вальс, Гречаники, і навіть Фокстрот. Троїсті музики, що грали на скрипці, цимбалах, басі, бубні у різних поєднаннях створювали незабутній настрій народних танців. Учасниками фестивалю були гурти с. Вільче Івано-Франківської області, с. Вовче Львівської області, а також гурт Isartaler Gau з Мюнхена, що демонстрував танцювальні традиції Баварії [6]. Цей захід розрахований і користується популярністю серед молоді. Фестиваль реалізується за підтримки Українського культурного фонду.

Музей традиційно організовував фестиваль «Кобзарсько-лірницька Покрова». Захід є символічним, проходив і проходить, в день чи напереддень свят: Покрови Пресвятої Богородиці, Українського козацтва, День захисника і захисниць України, День УПА. Захід відбувається за таким порядком: у визначеній церкві проводили літургію та панахиду за загиблими героями. Потім освячуються інструментів музикантів і проведення імпровізованого концерту на подвір'ї хра-

му. Пізніше кобзарі і лірники переміщуються до Михайлівського золотого собору і на його території грали для публіки. Також концерт відбувається в музеї. Сайт музею Івана Гончара інформує про порядок проведення фестивалю 2023р., а саме: проведення лекції на тему: «Досвід козаччини та сучасний військовий досвід: чи є чому навчитися з минулого?»; спілкування з представниками Товариства військово-історичної реконструкції «Печерська сотня Київського реєстрового козацького полку» – організації, що займається вивченням історії Визвольної війни середини XVIIст.; спів та гра виконання братчиками Київського, Львівського та Харківського кобзарських цехів кобзарсько-лірницьких творів. Окрім того, передбачався збір коштів на реабілітацію пораненого Тараса Козуба, який втратив у бою руку. У мирному житті захисник був лірником і майстром традиційних музичних інструментів [3].

Музей займає чітко патріотичну позицію, реагує на складні виклики сьогодення, спрямовує свою діяльність і на практичну допомогу тим, хто її потребує. В цьому контексті влаштовуються толоки, виставки-ярмарки, благодійні концерти, виставки-аукціони тощо. Зібрані кошти, зроблені речі передаються воїнам-захисникам, вимушеним переселенцям, постраждалим від руйнування каховської греблі тощо.

Велику увагу співробітники музею приділяють заходам, пов'язаним з наданням практичних навичок і вмій щодо виготовлення предметів традиційної культури і побуту. Щороку музей організовує і провидить майстер-класи з писанкарства, витинанства, ліплення українських іграшок з глини, з ткацтва на настільних ткацьких верстах, з живопису «Образи на склі», соломоплетіння, вишивки, виготовлення дідухів тощо.

Отже, культурно-мистецькі практики, що активно впроваджує Національний центр народної культури «Музей Івана Гончара» є різноманітними за формами, інформативними за змістом, виховними за спрямованістю, патріотичними за своєю суттю. Практики розраховані на широкий загал, як на дорослих так і дітей, чоловіків і жінок. Об'єднавчим началом тут є тяжіння до краси, унікальності, самобутності народної культури. Саме це і приваблює до музею дедалі все більшу аудиторію, робить його центром культурного життя не тільки міста, а й країни.

#### **Список використаних джерел**

1. Всеукраїнський дитячий фольклорний фестиваль «ОРЕЛІ». URL : <https://www.barabooka.com.ua/vseukrayins-kij-dityachij-fol-klornij-festival-oreli/> (дата звернення: 1.05.2024).
2. Звіт Про роботу Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» за 2022 рік. Поточний архів НЦНК.
3. Козацька Покрова до Дня захисника та захисниць України. URL: <https://honchar.org.ua/events/kozatska-pokrova-do-dnya-zahysnykiv-ta-zahysnyts-ukrayiny-i397> (дата звернення: 1.05.2024).
4. Концерт «Пісні Півдня України URL : <https://honchar.org.ua/events/kontsert-pisni-pivdnya->

- ukrayinu-i399 (дата звернення: 1.05.2024).
5. Народне вбрання Півдня України. Лекція Володимира Щирбі. URL : <https://honchar.org.ua/events/narodne-vbrannya-podillya-lektsiya-volodymyra-shhybri-i395> (дата звернення: 1.05.2024).
  6. Ніч традиційного танцю. URL : <https://guide.kyivcity.gov.ua/events/nic-tradicijnogo-tancu> (дата звернення: 1.05.2024).
  7. Повернути історичну пам'ять. Фотовиставка стародавніх українських цвинтарів та хрестів <https://honchar.org.ua/exhibitions/povernuty-istorychnu-pam-yat-fotovystavka-starodavnih-ukrayinskyh-tsvyntariv-ta-hrestiv-i424>
  8. Проект Всеукраїнського дитячого фестивалю «Орелі». URL : <https://honchar.org.ua/projects/vseukrayinskyj-dytyachyj-folklornyj-festyval-oreli-i55> (дата звернення: 1.05.2024).

**Філіна Тетяна Вікторівна**

*кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ  
tfilina@dakkkim.edu.ua  
orcid: 0000-0002-0685-8177*

## **Культурні та креативні індустрії як складова розвитку креативної економіки**

Творчість і креативність посідають важливе місце в житті людини і суспільства. Сучасні креативні особистості – це не тільки митці: актори, письменники, художники, музиканти, але і представників інших професій, які стають затребуваними у різноманітних галузях життя: промисловості, управлінні, бізнесі, туризмі, науці та освіті. В зв'язку з цим активно розвивається креативний сектор економіки, який задовольняє потреби суспільства у креативних фахівцях, товарах та послугах. Креативні індустрії стають важливою складовою економічного розвитку країн, збільшуючи кількість робочих місць, змінюючи споживчі витрати, створюючи додану вартість, розвиваючи інновації, підвищуючи конкурентоспроможність та продуктивність певних галузей господарства. Практика доводить, що креативні індустрії є досить стійкими і здатними адаптуватися до нового економічного контексту і при цьому рухатися вперед.

Згідно з Законом України «Про культуру» креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/ або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості [2]. Ю. Євпак зазначає, що креативні індустрії розглядаються як цикли створення, виробництва та розподілу товарів і послуг, які використовують творчість та інтелектуальний капітал як основний матеріал; креативні індустрії являють собою комплекс заходів, заснованих та орієнтованих на знаннях та мистецтві, але які не обмежені ними та несуть в собі потенційні можливості отримання доходів від торгівлі



креативними товарами і послугами та реалізації прав інтелектуальної власності; індустрії, що орієнтовані на виробництво матеріальних продуктів та нематеріальних інтелектуальних чи мистецьких послуг, наділених творчим змістом, економічною цінністю та ринковими цілями; креативні індустрії представлені як новий динамічний сектор світової торгівлі, що знаходяться в тісній взаємодії із мистецтвом, культурою та промисловістю [1, с. 20].

У науковій літературі доволі часто застосовується поняття «культурні і креативні індустрії» (ККІ). І. Петрова зазначає, що попри поняттєву чи змістову розпорошеність понять «культурні індустрії» та «креативні індустрії» можна окреслити їх наступні спільні ознаки:

- розвиток культурних та креативних індустрій завдяки колаборації мистецтва, культури, бізнесу й технологій, що призводить до синтезу зусиль культурологів, менеджерів, митців, економістів, технологів, та, як наслідок, творення потужної мережі взаємодії різноманітних акторів;

- засадничими цінностями культурних та креативних індустрій виступають талант і художні здатності особи, інноваційна ідея й унікальність, а провідним підходом, що застосовується у виробництві – креативність, супроводжувана наполегливістю;

- внесок культурних і креативних індустрій в економіку держав завдяки творенню конкурентоздатних ринкових продуктів;

- конкретизація креативної діяльності у відповідних результатах (точніше – творенні культурного продукту), унаслідок чого, з одного боку, розвиваються багатоманітні культурні інституції; реалізують свою діяльність культурні менеджери та митці (у межах якої/ якими продукується культурний продукт), а з іншого – формуються культурні цінності, смисли та символи [3, с. 72].

М. Проскуріна та Ю. Тимченко зауважують, що сектор ККІ завжди відрізнявся активністю та самомотивацією. Критично важливо вкладати ресурси в удосконалення управлінських навичок та практик серед інститутів та операторів культурного та креативного сектору для того, щоб вони могли розвинути та покращити свої практики, особливо на рівні комунікацій та взаємодії з аудиторією; також слід просувати ідеї міждисциплінарної та міжгалузевої взаємодії [4, с. 212].

Незважаючи на позитивні моменти, можна спостерігати і певні негативні тенденції у зовнішньому середовищі, які погіршують загальноекономічні показники та сповільнюють темпи розвитку ККІ. Такими найголовнішими тенденціями для креативної індустрії на сучасному етапі є пандемія COVID-19 та військове вторгнення Росії в Україну. І якщо від наслідків пандемії світова економіка до 2022 року почала відновлюватися, то результати військових дій та післявоєнного відновлення України на цьому етапі важко спрогнозувати [5].

Таким чином, ККІ є видами економічної діяльності, заснованими

на творчому підході. Фахівці, задіяні у даній сфері, продукують креативні ідеї і створюють суспільно значимі продукти для їх подальшої комерціалізації. В зв'язку з чим, економічне зростання напряму залежить від застосування креативності та інновацій в процесі створення конкретних товарів та послуг.

#### **Список використаних джерел**

1. Євпак Ю. Теоретичні підходи до категорії «культурні та креативні індустрії». *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, 2019. № 3 (19). С. 15-22.
2. Закон України «Про культуру». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
3. Петрова І. В. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень. *Питання культурології*, 2022. № 39. С. 63-77.
4. Проскуріна М., Тимченко Ю. Креативні індустрії в період кризових потрясінь. *Наукові перспективи*, 2022. № 8 (26). С. 200-213.
5. Ялоха Т. О., Білан В. В., Громадський Р. А. Креативні індустрії як драйвери розвитку світової економіки: прогноз ризиків післявоєнної відбудови України. *Академічні візії*, 2023. № 16. URL : <https://academy.vision.org/index.php/av/article/view/187> (дата звернення: 12.04.2024).

*Маринін Артур Євгенович*

*аспірант НАКККіМ*

*kievam@ukr.net*

*<https://orcid.org/0009-0007-0525-6119>*

*Науковий керівник: Бєлявіна Наталія Дмитрівна,*

*заслужений діяч мистецтв України*

*кандидат педагогічних наук, професор НАКККіМ*

### **Тенденції розвитку незалежних інді-виконавців у жанрі електронної музики**

Електронна музика пройшла довгий шлях від своїх раних витоків у середині ХХ століття до сучасної та різноманітної музичної індустрії. Поява цифрових технологій та доступність музичного програмного забезпечення відкрили нові можливості для інді-виконавців, тобто незалежних виконавців, які прагнуть створювати та поширювати свою музику без підтримки великих лейблів. Поняття інді-виконавців бере свою назву від слова незалежний (independent). Ця стаття досліджує ключові тенденції, що визначають розвиток інді-виконавців у жанрі електронної музики, з акцентом на технологічні інновації, зміни в моделях дистрибуції та споживання, а також естетичні та культурні аспекти. [1, с. 139–145]

Одним з головних факторів, що сприяє зростанню незалежної електронної музичної сцени, є поява доступних цифрових інструментів для створення музики. Розробка потужних, але недорогих музичних програм, таких як Digital Audio Workstations (DAWs) та віртуальних синтезаторів, дозволила інді-виконавцям створювати високоякіс-

ний контент у домашніх умовах без необхідності інвестувати в дороге професійне обладнання. Ця демократизація процесу створення музики знизилася бар'єри для входу на ринок і відкрила нові можливості для творчості та експериментів.

Крім того, поширення соціальних мереж та платформ для обміну контентом, таких як SoundCloud, Bandcamp і YouTube, спростило процес поширення та просування музики незалежних інді-виконавців. Ці платформи забезпечують прямий зв'язок між виконавцями та аудиторією, дозволяючи обминати традиційні канали дистрибуції та просування.

Традиційна модель музичної індустрії, де великі лейбли контролювали дистрибуцію та просування музики, зазнала значних змін із появою цифрових технологій та Інтернету. Незалежні виконавці тепер можуть самостійно випускати та поширювати свою музику через цифрові платформи, такі як потокове аудіо (Spotify, Apple Music тощо), онлайн-магазини (iTunes, Bandcamp тощо) та соціальні мережі. [2, с. 33]

Ця децентралізована модель дистрибуції дозволяє зберігати більший контроль над своєю творчістю та отримувати більшу частку доходів від продажів. Водночас, вона також створює виклики, пов'язані з просуванням та залученням аудиторії в насиченому цифровому середовищі.

Незалежна електронна музична сцена характеризується великою різноманітністю стилів та естетичних підходів. Виконавці експериментують з новими звуками, комбінуючи елементи різних жанрів та використовуючи інноваційні техніки з метою створити унікальний музичний вираз.

Однією з помітних тенденцій є зростання популярності експериментальної електроніки, яка поєднує традиційні електронні звуки з акустичними інструментами, шумами навколишнього середовища та нетрадиційними музичними об'єктами. Ця тенденція відображає прагнення артистів досліджувати нові звукові ландшафти та розширювати межі жанру [4, с. 218-226]

Крім того, незалежна електронна музика часто тісно пов'язана з певними субкультурами та рухами, такими як андеграунд, DIY (Do It Yourself) та авангардні артсцени. Ці культурні середовища забезпечують простір для творчих експериментів, обміну ідеями та формування спільнот навколо спільних естетичних цінностей та ідеологій [3, с. 39-62].

Одна з ключових тенденцій, що визначає розвиток незалежних інді-виконавців в електронній музиці, – це їхня тісна взаємодія з аудиторією та спільнотами шанувальників. Соціальні мережі, платформи обміну контентом та цифрові канали дистрибуції дозволяють артистам безпосередньо спілкуватися зі своїми шанувальниками, отримувати відгуки та налагоджувати тривалі зв'язки.

Ця безпосередня взаємодія сприяє формуванню лояльної бази шанувальників, які відчують більшу прихильність до виконавців та їхньої музики. Вони також можуть використовувати ці канали для просування своїх творів, анонсування концертів та продажу мерчандайзингу, створюючи потужну екосистему підтримки своєї творчості.

Крім того, онлайн-спільноти відіграють важливу роль у поширенні інформації про нових інді-виконавців та тенденції, сприяючи відкриттю та популяризації незалежної електронної музики. Ці спільноти часто базуються на спільних естетичних уподобаннях, музичних смаках або ідеологічних переконаннях, забезпечуючи платформу для обміну ідеями, обговорення творчості та формування культурних рухів [5, с. 6-16].

Незважаючи на численні можливості, що відкриваються перед незалежними виконавцями в електронній музиці, вони також стикаються з низкою викликів. Насичений ринок та велика кількість доступного контенту ускладнюють залучення уваги аудиторії та просування своєї музики. Крім того, питання монетизації та отримання стабільного доходу від музичної діяльності залишаються актуальними проблемами для багатьох учасників індустрії.

Однак, майбутні перспективи для інді-виконавців в електронній музиці виглядають обнадійливими. Поява нових технологій, таких як штучний інтелект та віртуальна реальність, може відкрити нові можливості для творчості та взаємодії з аудиторією. Крім того, зростаючий інтерес до незалежної музики та цінування автентичності й оригінальності можуть сприяти подальшому розвитку цієї сцени.

Незалежні виконавці в жанрі електронної музики переживають бурхливий розвиток, зумовлений технологічними інноваціями, зміною моделей дистрибуції та споживання, а також естетичними та культурними трансформаціями. Завдяки доступності цифрових інструментів для створення музики та платформ для її поширення, вони отримали безпрецедентні можливості для творчого самовираження та побудови прямого зв'язку з аудиторією.

Водночас, ця сцена стикається з низкою викликів, серед яких насичений ринок, труднощі з залученням уваги слухачів та забезпеченням стабільного доходу. Проте, прагнення до експериментів, оригінальності та автентичності, що лежить в основі незалежної електронної музики, робить її привабливою для шанувальників, які цінують новаторський підхід та свіжі ідеї.

Майбутнє незалежних інді-виконавців в електронній музиці виглядає багатообіцяючим, оскільки технологічний прогрес відкриває нові можливості для творчості та взаємодії з аудиторією. Штучний інтелект, віртуальна реальність та інші інновації можуть стати потужними інструментами для створення унікальних музичних вражень та посилення зв'язку між артистами та їхніми шанувальниками.

Крім того, зростаюче визнання цінності незалежної музики та прагнення аудиторії до автентичності можуть сприяти подальшому розвитку цієї сцени. Незалежні виконавці продовжуватимуть відігравати важливу роль у формуванні естетичних та культурних тенденцій в електронній музиці, пропонуючи свіжі перспективи та нові звукові ландшафти.

Загалом, незалежна електронна музична сцена являє собою динамічне та багатогранне середовище, яке постійно еволюціонує та адаптується до мінливих технологічних, соціальних та культурних реалій. Її здатність до інновацій, експериментів та тісного зв'язку з аудиторією забезпечує їй сталий розвиток та впливове місце в музичному ландшафті як сьогодні, так і в майбутньому.

#### **Список використаних джерел**

1. Голубенко М. М. Концептуальний підхід до дослідження темпоральності фонокультури. Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого: зб. наук. праць, 2018. Вип. 22. С. 139–145.
2. Голубенко М. М. Темпоральність музичної культури цифрової доби: дис ... кандидата мистецтвознавства: Київ: 26.00.01. К. : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Національна музична академія України імені П. І. Чайковського, 2020. 196 с.
3. Загайкевич А. Українська електронна музика: практика дослідження. Музика в інформаційному суспільстві: зб. наук. статей, 2008. Вип. 76. К. : Нац. муз. акад. ім. П. І. Чайковського. С. 39–62.
4. Куш С. В. Візуалізація синтезу звука як засада часової трансформації двовимірних артефактів. Мистецтвознавчі записки: зб. наук. праць, 2009. Вип. 16. К. : Міленіум. С. 218–226.
5. Пясковський І. Б. Музика в інформаційному суспільстві. Музика в інформаційному суспільстві: зб. наук. статей, 2008. Вип. 76. К. : Нац. муз. акад. ім. П. І. Чайковського. С. 6–16.

**Павлов Микола Едуардович**

*аспірант НАКККіМ*

*mkd1121z.mpravlov@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: **Конієвська Ольга Рафаїлівна,***

*доктор культурології, професор кафедри*

*артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

### **Креативні індустрії в Україні: вплив на розвиток музичних практик**

Останнє десятиліття набирає обертів розвитку в Україні креативних індустрій. Цей період позначається міжнародними проєктними пропозиціями, правовим статусом поняття «креативні індустрії», державної підтримки та різних рівнях.

Правового статусу поняття «креативні індустрії» набувають у 2018 році, а саме введенням його до закону України «Про культуру», а згодом (2020 р.) були внесені поправки до визначення креативних індустрій та введено до закону поняття «креативний продукт». Отже, відповідно до чинного українського законодавства креативні індустрії

це «види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [5], а відповідно креативний продукт це «креативний продукт – товари та послуги, що створені/надані за результатами культурного (мистецького) та/або креативного вираження і мають високу додану вартість» [5]. Розвиток креативних індустрій стають невід’ємною складовою основних засад та пріоритетів державної політики у сфері культур .

Підвищенням конкурентоспроможності культурних продуктів опікується національне бюро Європейського Союзу «Креативна Європа», місія якого полягає у промоції програми «Креативна Європа, її можливостей та перспективної участі в ній задля економічного зростання креативного сектору в культурі. До візії бюро належить: надання консультацій українським аплікантам для участі в запропонованих програмою грантах; організація партнерських ініціатив для аплікантів; поширення та промоція успішних проєктів тощо [3].

Визначаючи пріоритетність розвитку вітчизняних креативних індустрій урядом було затверджено перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій (2019 р.). Перелік охоплює різні види економічної діяльності у сфері креативних індустрій, серед яких є і музичні практики [4].

Розмислюючи над визначеними урядом видах економічної діяльності в креативних індустріях, слід наголосити на пріоритетності музичних практик, адже займає виняткове місце в подієвих заходах щодо представлення таких практик як: візуальні, сценічні, аудіовізуальні, мода тощо. Музична практика може бути як окрема креативна ініціатива, так і складова креативного рішення в інших проєктних ініціативах. Слід наголосити, що змістовні особливості поняття «музичні практики» в проблематиці розвитку креативних індустрій культурологами не розглядалися.

Музична практика як науковий об’єкт розглядається українськими вченими переважно як: методичну підготовку або професійну майстерність вчителів музики, композиторські та виконавські технології тощо.

Музичні практики в культурологічному просторі розкриває українська вчена, доктор мистецтвознавства Ганна Карась. Вчена досліджуючи історичні витоки становлення музичної культурології наголошує на її доволі молодому науковому віці (остання чверть XX ст.) Вчена зазначає, що музична культурологія як галузь української прикладної культурології характеризується присутністю національного в музиці [1, с.146].

Осмислюючи різні наукові підходи до феномену музичних практик, від змістовних характеристик освітньої програми «Культурологія» до впровадження спеціальних освітніх компонент програми та

звертаючись до авторського визначення поняття «культурна практика» доктора культурології Ольги Копієвської [2, с.2], вченою було запропоновано «брати за основу для музичної культурології термін у такому визначенні «музична практика» можна трактувати як практичну діяльність людини/людей, яка пов'язана зі створенням або поширенням музичних продуктів» [1, с.148].

Саме такий науковий підхід ми беремо для практичного культурологічного осмислення ролі і значенні креативних музичних практик, їх перспективність в креативних індустріях.

Яскравим прикладом державної підтримки креативності в музичних практиках є діяльність і проектна пропозиція Українського культурного фонду. Аналізуючи архів УКФ, ми можемо констатувати про активну державну підтримку креативних ініціатив в музичних практиках. Як приклад, проєкт Міні-альбом «Музика в облозі» (аудіозапис інструментального джазового міні-альбому авторської музики, 2022 р.)

Проєкт розкриває становище людини в оточеному місті, відрізаному від комунікацій, світла, води, де музика відображає внутрішній світ, куди поринає герой у спробах зберегти себе морально та психічно [6]. Культуротворча місія представленої музичної практики є безцінна для збереження культурної пам'яті через призму української реальності.

Отже, музичні практик як важлива компонента розвитку креативних індустрії є дієвим культуротворчим, виховним, рекреаційним, комунікативним, пам'ятно-зберігальним і відновлювальним інструментом.

З такої точки зору в сучасному культурологічному знанні ми вбачаємо наукові перспективи.

#### **Список використаних джерел**

1. Карась Г. В. Музичні практики в культурологічному просторі. Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 26-27 березня 2022 р.) К. : КНУКіМ, 2022. 354 с.
2. Копієвська О.Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : дис. ... д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
3. «Креативна Європа» в Україні : офіційний сайт. URL : <https://creativeeurope.in.ua/p/cedukraine> (дата звернення: 25.04.2024).
4. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій // Кабінет Міністрів України. Розпорядження від від 24 квітня 2019 р. № 265-р URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2024).
5. Про культуру: Закон України, із змінами від 10.06.2023 № 3152-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
6. Проєкт Міні-альбом «Музика в облозі» // Український культурний фонд. URL : <https://ucf.in.ua/archive/63ca9192b2963e1e602cf9b7> (дата звернення: 23.04.2024).

*Полешук Руслан Андрійович*

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Сівєрс Валерій Анатолійович*

*доктор філософських наук, професор,*

*професор кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ*

**До сучасного розуміння креативних і культурних індустрій як засобу формування національної культури, крізь призму медійної міфології в фільмі «Поєма про море» 1958 О. Довженко**

Медійна міфологія як продукт креативних культурних індустрій грає провідну роль у формуванні національної культури країни що містить, в свою чергу, одну чи більше народних культур.

У контексті розуміння національної культури країни, зокрема, американськими істориком Т. Снайдером та політологом Б. Андерсоном як штучно створеного продукту, так званого «уявного суспільства» або «суспільства друкарського верстата» «друкарський капіталізм» і т.п., медійна міфологія є носієм як консервативної панівної ідеології державного ідеологічного апарату так і модернізаційної кортркультурної ідеології громадянського суспільства, в його розумінні Г.В.Ф.Гегелем в роботі «Філософія права» (1821).

Сам термін кінця ХІХ ст «суспільство друкарського верстата», в сучасному культурологічному розумінні може бути переосмислений як «суспільство екранних технологій» в розумінні дослідниці цього феномену української культурологині Г. Чміль [1, 30].

Очевидно, що медійна міфологія «суспільства екранних технологій», навмисно створена з метою формування національної культури, має містити в собі ідеологеми, які не протиставляють але заохочують та інтегрують окремі народні культури до участі спільному національному проєкті.

За думками Г.В.Ф. Гегеля про експансію як продукт життєдіяльності культури, дослідженнями К.Леві-Стросса про окремі особливості різних культур, та висновками сучасного американського дослідника культури Індії А.Варшни про принципи модернізаційного оптимізму деяких культур, інтеграційна ідеологія мультикультуральної національної культури має заохочувати культури, які входять до її складу, з точки зору наступних аспектів:

- перспектива культурної експансії,
- несуперечлива, відкрита і толерантна колективна ідентифікація та
- перспектива модернізації культури, від її архаїчного стану до



буржуазної демократії шляхом, подібним до протестантської Реформації.

Приведені вище критерії переконливо доводять, що політика культурної нерівності або спроби замінити одну культуру іншою, в тому самому суспільстві, не призводять до бажаних результатів, адже як зазначив держсекретар кабінету президента США Ф. Рузвельта в 1934-1945 рр. Генрі Моргентау (1891-1967) який на практиці реалізував політологічні теорії вченого Чикагського університету Ганса Моргентау (1904-1980):

«Історія не знає прикладів, коли цивілізовані люди, дозволяють навчати себе зовсім новому способу життя іноземним наставникам... Тому, освіта яку пропонує нова культура... має запропонувати більше, ніж пропонувала стара культура» [2,76]

Актуальність дослідження інтеграційної ролі медійної міфології як продукту креативних культурних індустрій в формуванні національної культури країни полягає в запереченні популізму в культурній політиці держави і набутті розуміння необхідності формування раціонального наукового підходу до створення нової повосенної культурної політики України, метою якої має бути не протиставлення чи створення ресентименту, але рівноправна інтеграція в спільний національний проект всіх культур, існуючих в межах кордонів України на 1991 р.

З метою пошуку раціонального шляху формування національної культурної політики, в якості прикладу ідеологічно забарвленої прогресивної медійної міфології може бути використаний медійний дискурс фігурального плану стрічки О. Довженко «Поєма про море» 1958.

Згаданий фільм українського режисера цікавий створеною автором медійною ідеологією, яка зіграла свою роль в об'єднанні в єдиній національній культурі трьох суспільств: католицьку культуру Західної України, досліджувану школою історика Я. Грицака, культуру Центральної України, сформовану під впливом православної церкви Візантії, досліджувану, зокрема, протестантським теологом К.Фелмі, С. Оляниною та П. Герчанівською і культуру Східної України, яка зазнала впливу збоку панівної в СРСР ідеології руського великодержавного шовінізму у вигляді тоталітарного імперського націоналізму, що було досліджено американським кремленологом В. Шлапентохом.

Окремо треба звернути увагу на наявну в згаданій стрічці сувору критику культури імперського націоналізму [3,295] яку режисер, підсумовуючи трагічні наслідки розвитку суспільства СРСР в 1930-40 роки, метафоричними засобами художньої кіномови, назває «хамством».

Замість радянської консервативної ідеології культурної нерівності, протиставлення культур між собою та ірраціонального популізму, український режисер пропонує ідеологію культурної політики побудовану навколо раціонального образу майбутнього, що створює можли-

вість до безпечного та прогресивного розвитку рівноправних культур, знову таки, метафорично порівняну О.Довженко з орденом Єзуїтів заснованим Ігнатієм Лойолою (1491-1556) та Ковчегом Ноя, як символом культурної експансії, після глобальної катастрофи.

Думки українського режисера і мислителя, щодо принципів побудови інтеграційної ідеології українського мультикультурального суспільства та її поширення, за допомогою медійної міфології із використанням художньої кіномови екранних мистецтв, чітко вказує необхідні шляхи модернізації національної культури України в першій чверті ХХІ ст.

Важливість тем піднятих українським режисером створює необхідність культурологічного переосмислення його творів, адже, з метою власного збереження, суспільство України потребує глибокої культурної модернізації, до якої потрібно створити наукове підґрунтя.

#### **Список використаних джерел**

1. Чміль Г. Людина-екран: візуальна антропологія (пост)сучасності : монографія. Київ. 2020. 254 с.
2. Morgenthau H. Germany is our Problem : монографія. Лондон. 1945. 120 с.
3. Kuzio T. Stalinism and Russian and Ukrainian national identities. Communist and Post-Communist Studies. University of California Press. Том. 50. №. 4. 2017. с. 289-302.

**Смаліус Юрій Павлович**

*аспірант НАКККіМ*

*dmz2123.usmalius@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Афоніна Олена Сталівна*

*доктор мистецтвознавства, професор НАКККіМ*

### **Використання генеруючих технологій на базі штучного інтелекту для створення музичних композицій**

Для визначення характеру взаємодії користувача із генеруючими музичними моделями на базі штучного інтелекту, видається раціональним означити класифікацію подібних моделей (технологій) та загальний принцип їх роботи.

Більшість доступних для вільного використання моделей базуються на так званих алгоритмах машинного навчання [4] або глибоко навчання [1].

Машинне навчання є підгалуззю в науковому полі досліджень штучного інтелекту. Використовуючи алгоритми, що повторюють процес навчання людини, досліджуються величезні масиви даних, де позначаються закономірності, або як це називається у цій сфері – патерни. Основна мета полягає у впровадженні алгоритмів, які наділені здатністю вчитися на основі досвіду, тим самим уникаючи необхідності у складному програмуванні. Це сприяє вирішенню комплексних

завдань з мінімізацією складності коду, що природньо знижує навантаження на обчислювальні потужності та кількість часу, необхідного для отримання результату. В рамках машинного навчання та глибокого навчання розмаїття моделей зростає щомісяця, втім кожна з них може бути віднесена до чітко визначеної категорії. Доволі важливими у контексті визначеної теми цього дослідження є дискримінативні та генеративні моделі.

Дискримінативні моделі мають здатність класифікації даних. У більш вузькому розумінні це означає здатність алгоритму до визначення вірогідності відповідності масиву даних певних характеристик визначеній категорії або класу. До прикладу, якісна модель має змогу визначити, що зображено на картинці або позначити жанр музики, до якого належить пісня, що аналізується. Такі моделі знаходять своє місце у застосунках розпізнавання обличчя, автономному управлінні автомобілями, в медичних та інших галузях [4].

Генеративні моделі так само можуть класифікувати масиви даних, але із додатковою можливістю генерувати нові дані на їх основі. Якщо дискримінативна модель може передбачати вірогідність приналежності масиву даних до певного визначення, то генеративна модель може визначити вірогідність відповідності певного набору характеристик в контексті заданого визначення. В практичній площині застосування це буде означати, що якщо генеративний алгоритм матиме задачу надати візуальне представлення коня, то він буде спиратись на базу даних та її характеристики в контексті визначення ілюстрацій тварин. А якщо запит буде створити музичну композицію певного стилю, то алгоритм спиратиметься на усі дані, що визначатимуть цей стиль та надасть перевагу варіантам найбільшого ступіню вірогідності.

Це підводить нас до важливості супровідних даних, також відомих як метадані, що можуть бути наявними у музичних файлах і за якими ШІ може класифікувати певну композицію (масив даних), що у свою чергу позначається на якості генерації композицій.

Ключовими елементами метаданих для музики є наступні: тональність композиції, темп, набір інструментів, що їх використано у композиції, описова текстова частина, що містить інформацію про авторів, виконавців, запис та інше, настрої або емоційне представлення композиції, ступень енергійності або насиченості, послідовність акордів тощо [3].

Штучний інтелект ефективно справляється з аналізом великих масивів даних, визначенням закономірностей (патернів) та виокремленням спорідненостей у добре структурованих, узгоджених та промаркованих базах. Втім, у музичній індустрії спостерігається невідповідність таким базовим вимогам. На відміну від інших дисциплін, музичні бази даних відзначаються низьким рівнем структурованості та браком уніфікованих норм у представленні метаданих. Дані надходять із

різнорідних джерел, таких як стрімінгові платформи, соціальні мережі, платформи з продажу квитків та каталогів радіо мереж. Виклик полягає у тому, що кожне із подібних джерел має свою структуру представлення даних, працює незалежно від інших, має різні формати баз та створює фрагментоване представлення даних у кожній окремій системі [5]. Критичні метадані, частковий список яких був наведений вище, може бути неповним або мати протиріччя чи помилки, що ускладнює ефективну роботу алгоритмів щодо представлення достовірної репрезентації інформації. Це призводить до створення додаткового коду, ідентифікаторів, методів категоризації, результатом чого є неефективний аналіз даних та низька якість згенерованих результатів [2].

Цей фактор набуває особливого значення, коли метадані мають визначати регіональну та мовну приналежність.

Якщо працювати із найбільш досконалими станом на травень місяця 2024 року моделями, такими як Suno (suno.com) та Udio (udio.com), то за універсальним запитом, який буде охоплювати максимальну кількість баз навчання, користувач може отримати генерацію інструментальної композиції або пісенної композиції англійською мовою, які за усіма показниками будуть наближатись до музики, що створена людьми.

Втім, якщо використовувати текст українською мовою, то за ідентичним запитом буде отримано композицію, яка за якістю звучання та елементів буде значно менш досконалою. Зважаючи на викладені вище передумови, вважається вірогідним, що причиною такої різниці є значно менша кількість музичних композицій, які позначені у метаданих, як українські. Також необхідно зважати на очевидну різницю у кількості української та світової (англомовної) музики як такої.

#### **Список використаних джерел**

1. Civit M., Masot J., Cuadrado F., Escalona M. A systematic review of artificial intelligence-based music generation: Scope, applications, and future trends, *Expert Systems with Applications*, Vol. 209, 2022.
2. Bludov S., AI in the Music Industry: Transforming Music Production, Discovery, and Data, [online]. URL : <https://www.dataart.com/blog/ai-in-the-music-industry-transforming-music-production-discovery-and-data-by-sergey-bludov> (дата звернення: 3.05.2024).
3. Kumar S., AI Generated, *Music International Journal of Research In Science & Engineering*, Vol.4, 2023. URL : <https://doi.org/10.55529/ijrise.41.10.12> (дата звернення: 3.05.2024).
4. Rickard. E, *Generating Music Using AI*, Master's Thesis, DEPARTMENT OF COMPUTER SCIENCE, LUND UNIVERSITY, 2022
5. The Importance of Copyright Cleared Datasets for AI Music [online]. URL : <https://www.gcx.co/post/the-importance-of-copyright-cleared-datasets-for-ai-music> (дата звернення: 3.05.2024).

*Тишук Сергій Володимирович*  
аспірант НАКККиМ  
dia6123.styshchuk@dakkkim.edu.ua

*Науковий керівник: Святненко Анна Василівна,*  
кандидат історичних наук, доцент, доцент  
кафедри артменеджменту та івент технологій НАКККиМ

## **Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» – потужне джерело культурно-освітньої та науково-дослідної діяльності Київської області**

Заповідники Київщини – важливе за кількістю, змістом і науковою значимістю зібрання пам'яток історії, культури, археології, мистецтва періодів: давніх часів, середньовіччя Нової та Новітньої доби. Діяльність заповідників передбачає активну історико-культурну спрямованість роботи. В такій якості заповідники, що функціонують на території сучасної Київської області розглядаються не тільки як місце знаходження і зберігання цінних об'єктів культури й історії, а як культурно-просвітній, комунікативний, науковий осередок, діяльність якого спрямована на творчу зміну світу культури і соціального буття.

Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» вважається одним із кращих і найбільших в Україні. Створений відповідною постановою в далекому 1979 році як державний історико-культурний заповідник, заклад отримав поважний статус «Національного» 1999 р. [6] і в тому ж році його переименовано на історико-етнографічний заповідник [5]. Заповідник організовано на базі музеїв, творцем яких був М. Сікорський. Він же очолював заповідник від його заснування до 2008 р.

На сьогодні Національний заповідник «Переяслав» займає територію загальною площею 3050 га. У фондах заповіднику зберігається понад 180 тисяч експонатів. Під охороною знаходиться 160 нерухомих пам'яток [2]. До складу закладу входить двадцять три тематичні музеї різних профілів: археологічні, історичні, етнографічні, літературні тощо, як наприклад: музей козацької слави, музей архітектури давньоруського Переяслава, музей кобзарства, меморіальний музей Г.С. Сковороди тощо.

Заповідник проводить великий обсяг роботи в наступних сферах: охороні пам'яток культурної спадщини; обліку та збереження музейних фондів; науково-дослідної роботи; культурно-просвітницької роботи; музейно-експозиційної роботи, архівної та бібліотечної роботи, видавничої діяльності [4].

Варто наголосити, що заповідник «Переяслав» є потужним центром культурно-освітньої діяльності. Щороку тут проводяться численні екскурсії, лекції, майстер-класи, фестивалі, концерти та інші заходи, які знайомлять відвідувачів з історією та культурою України.

Не припинив свою роботу заклад і в роки повномасштабної війни, що її розпочала московія проти України. Так, 2024 р. співробітниками заповідника проведено наступні заходи: в рамках проєкту «Тиждень читання» захід «Дім. Житло, Традиційна українська хата»; лекція «Сакральність українських рушників», майстер-клас «Писанкомальованка на дерев'яній основі», культурно-мистецький вишивальний проєкт «Переяславська сорочка» тощо [3]. Заповідник також активно співпрацює з навчальними закладами, надає їм можливість використовувати його матеріали для навчальних та виховних цілей.

Неабиякого значення співробітники заповідника приділяють науково-дослідницькій роботі. В закладі працюють кваліфіковані науковці, які проводять дослідження з історії, археології, етнографії та інших галузей знань. Результати цих досліджень публікуються в наукових збірниках, монографіях та статтях, а також використовуються для розробки нових експозицій та освітніх програм.

Високий рівень науково-дослідної діяльності заповідника регулює Вчена рада, яка є консультативно-дорадчим органом, створеним для колегіального управління та розгляду основних питань, а також науково-методична рада, до компетенції якої входить розгляд питань науково-дослідної роботи закладу.

Національний заповідник є засновником і видавцем поважних збірників, як: «Переяславіка: Наукові записки Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав»; збірник наукових праць «Простір в історичних дослідженнях», «Краєзнавство Переяславщини»; монографії: «Нариси з історії музеїв національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав», «Дослідження археологічних пам'яток Переяславщини: історіографія (XIX – початок XXI ст.)»; каталоги: «Трипільські обереги: Минуле. Традиції. Сучасність», «Музика душі народної», роботи В. Завгороднього (із фондової колекції заповідника), «Традиційний натільний одяг українців кінця XIX – третьої чверті XX ст.» тощо [1].

Отже, завдяки своїй багатогранній діяльності Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» відіграє важливу роль у збереженні та популяризації історико-культурної спадщини України, а активна культурно-освітня та наукова діяльність розрахована на різні вікові й соціальні групи й широкий загал відвідувачів закладу.

#### Список використаних джерел

1. Видання Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав». URL : <https://niez.com.ua/reserve/activities/edition.html> (дата звернення: 1.05.2024).
2. Вортман Д. Я. »Переяслав», Національний історико-етнографічний заповідник Переяслав // Енциклопедія історії України. URL : [http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Pereiaslav\\_zapovidnyk](http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Pereiaslav_zapovidnyk) (дата звернення: 1.05.2024).
3. Культурно-освітні заходи Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав» 2024 р. URL : <https://niez.com.ua/events/cult-activities.html> (дата звернення: 1.05.2024).

4. Положення Про Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» (нова редакція 2020р.). URL : [https://drive.google.com/file/d/1SS\\_BNuuslnc3VMcX3MEPjxndoXs\\_csID/view](https://drive.google.com/file/d/1SS_BNuuslnc3VMcX3MEPjxndoXs_csID/view) (дата звернення: 1.05.2024).
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 15 березня 1999 р. N 376 Про перейменування Переяслав-Хмельницького державного історико-культурного заповідника. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=376-99-%EF#Text> (дата звернення: 1.05.2024).
6. Указ Президента України Про надання Переяслав-Хмельницькому державному історико-етнографічному заповіднику статусу Національного. Від 01.06.1999р. № 598/99. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/598/99#Text> (дата звернення: 1.05.2024).

**Баштанник Поліна Вікторівна**  
*здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
bkd1120.pbashannyk@dakkkim.edu.ua*  
Науковий керівник: **Бортяна Єлена Ярославівна**,  
*кандидат економічних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Event-менеджмент в спортивно-бальних танцях**

Поняття Event включає подію, захід, церемонію та шоу. Захід – найважливіший мотивуючий фактор у спорті. Event помітно впливає на розвиток та маркетингові плани більшості спортивних заходів [1]. Event – менеджмент, як галузь зміцнився в науковій спільноті та індустрії спортивної події два десятиліття тому, що спричинило подальше вражаюче зростання даного сектора. З погляду споживача впливає, що поняття Event включає подію, захід, церемонію і шоу [1].

Як і будь-який захід, Event-менеджмент має різні форми, що становить очевидну різницю в їхніх цілях і програмах. Деякі з них являють собою громадські свята (програми таких заходів є дуже різноманітними, головною метою є виховання та заохочення громадянської гордості та згуртованості населення), водночас інші види Event створюються для розваги, забави, змагань, бізнесу чи спілкування. Для проведення таких заходів потрібні певні умови та можливості. Таким чином, керівники спеціалізованих засобів і обладнання (наприклад, конгрес-центри, спортивні арени) задіяні в проведенні та організації певних типів івентів [1].

У сучасній культурі спорт і мистецтво є одними з головних сфер людської життєдіяльності. Нерідко спорт і мистецтво подають як взаємовиключні соціокультурні феномени. В останні десятиліття ситуація змінилася: перетворення спорту на явище світового масштабу зажадало наукового вивчення взаємного впливу спорту і політики, спорту і економіки, спорту і міжнародного співробітництва.

Спортивний захід, зокрема змагання – суперництво двох або кіль-

кох людей з метою з'ясування фізичних, розумових і моральних переваг однієї зі сторін. Також спортивні змагання є не тільки свого роду боротьбою, але також це яскраве та емоційне видовище.

Для переведення спортивного заходу в розряд потенційних комерційних проєктів менеджер повинен мислити нестандартно, шукати нові можливі шляхи для підвищення видовищності заходу та отримання матеріальної вигоди від організації.

Event-менеджмент має на меті не тільки підвищення видовищності заходу, а й отримання матеріальної вигоди за рахунок глядачів і спонсорів. Однак, на одних спортсменах і змаганнях багато не заробиш. Тому менеджерам доводиться перетворювати спортивний захід на цілу шоу-виставу, щоб інтерес глядачів і спонсорів підвищувався [2-3].

Event-менеджмент включає в себе основні функції управління, що являють собою відносно відокремлені напрямки управлінської діяльності.

В організації спортивних заходів найчастіше вживаються такі функції менеджменту:

- планування, тобто діяльність зі створення умов для цілеспрямованого, динамічного і пропорційного розвитку об'єкта менеджменту (змагання з спортивно-бальних танців) шляхом розроблення різних планів;

- організація, тобто діяльність зі створення нових і (або) якісного вдосконалення раніше створених і функціонуючих систем будь-якого типу відповідно до мінливих внутрішніх і зовнішніх умов;

- мотивація, тобто діяльність зі створення системи стимулів, що активізують і спонукають співробітників організації до ефективної праці відповідно до розроблених планів;

- контроль, тобто діяльність, що включає спостереження за перебігом процесів в об'єкті (змаганні з спортивно-бальних танців) менеджменту, порівняння величини контрольованого параметра із заданою програмою, виявлення відхилень від програми, їхнього місця, часу, причини та характеру;

- координація, тобто діяльність із забезпечення безперервності та безперервності процесу менеджменту, досягнення узгодженості в роботі організацій, підрозділів та окремих виконавців за допомогою встановлення раціональних зв'язків між ними;

- маркетинг, тобто система, що об'єднує різні види реклами, торговельні, спонсорські та інші публічні відносини, які націлені на досягнення більшої ефективності маркетингових програм з метою зменшити кошти інвесторів [2-3].

Організація турнірів з спортивно-бальних танців – складна діяльність. Однак значення такого заходу дуже велике, оскільки:

- набувається досвід;



- з'являється практичний матеріал для аналізу тренерської роботи;
- виявляються помилки і недоліки, над якими можна працювати на тренуваннях;
- вишукуються резервні можливості до руху вперед;
- підвищується рівень відповідальності та самоорганізованості.

Крім того, професійно організований захід, проведений в урочистій атмосфері, має виховний вплив на учасників. Показуючи свої здібності, юні танцюристи можуть спостерігати за майстерністю старших танцювальних пар. Для дітей подібні конкурси та змагання – це яскраве свято. Позитивні емоції залишають приємні враження на все життя.

У танцювальному спорті турніри проводять у масовому масштабі, починаючи з внутрішньоклубних і міжклубних конкурсів, змагань між навчальними закладами та закінчуючи змаганнями всеукраїнського і міжнародного статусу.

Для дослідження обрано захід – турнір з спортивно-бальних танців «Ball of the Rising Stars», що відбувся 10 грудня 2023 р, в місті Одеса. Організаторами даного заходу були Павло Попович та Поліна Баштанник. Спортивне змагання, а саме турнір з спортивно-бальних танців «Ball of the Rising Stars» проводився за наявності таких регулювальних документів: правила змагань з виду спорту; календарний план спортивних змагань; положення про змагання; регламент проведення спортивних змагань; кошторис на проведення спортивного заходу.

Етапи підготовки та проведення турніру з спортивно-бальних танців «Ball of the Rising Stars» включали:

1. Формування суддівської колегії, а саме для проведення змагань оргкомітет завчасно затвердив головну суддівську колегію і добрав склад суддів відповідно до правил і положення про це змагання. На турнірі також був присутній танцювальний комісар. Щоб мати право входити до складу суддівської колегії будь-якого змагання, суддя повинен мати відповідну до змагання, що проводиться, категорію.

2. Медичне забезпечення, охорона і техніка безпеки. Згідно до соціальних потреб було забезпечено присутність медичного персоналу для спостереження за санітарним станом місць змагань, надання необхідної допомоги учасникам заходу, а також була присутня охорона, що стежила за порядком під час заходу.

3. Рекламна діяльність. Для зацікавленості глядачів і шанувальників спортивно-бального танцю було проведено рекламні заходи, що являли собою кілька рекламних заходів, які доповнювали один одного і переслідували одну й ту саму мету. Тому event-менеджмент нерозривно пов'язаний з маркетингом, який дав змогу залучити не тільки глядачів, а й потенційних спонсорів.

Рекламні діяльність включала: друкована продукція, висвітлення майбутнього заходу на радіо; популяризація турніру спортивно-бальних танців «Ball of the Rising Stars» шляхом урочистої церемонії

відкриття і закриття змагань; розміщення інформації про захід в інтернеті; залучення ЗМІ в усі етапи підготовки, організації та проведення спортивного заходу.

Під час турніру спортивно-бальних танців «Ball of the Rising Stars» не виникло жодної проблеми чи неприємності, а цільова аудиторія залишилася задоволеною. Я, як один з організаторів, стверджую, що ми досягли своєї мети.

Дане дослідження зробить певний внесок для менеджерів спортивних подій та менеджерів спортивного маркетингу про те, як ефективно використовувати виміри Event-менеджменту та формувати стратегії, виходячи з цієї перспективи. Можна стверджувати, що результати дослідження є корисними для представлення детальної інформації про управління та маркетинг подій.

#### **Список використаних джерел**

1. Дергачова Г. М. Івент-менеджмент. Конспект лекцій. К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 99 с.
2. Повалій, Т.Л. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми : СУМДУ, 2021. 198 с.
3. Event-менеджмент – это искусство или работа ? Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ges.team/ru/2019/01/event-menedzhment-eto/> (дата звернення: 20.04.2024).

***Бойко Марина В'ячеславівна**  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
Науковий керівник: **Копієвська Ольга Рафаїлівна**  
доктор культурології, професор кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Культурно-дозвіллевий потенціал ТОВ «Буковель» через призму сезонності**

Культурно-дозвіллева діяльність займає важливе місце в креативних індустріях України, що характеризується винятковим соціокультурним та економічним впливами. Особливого значення культурно-дозвіллева діяльність набуває в умовах гібридних загроз та викликів з якими стикнулися українці. Адже потенціал культурно-дозвіллевих практик для відновлення людських ресурсів є беззаперечним і потребує міждисциплінарного теоретичного осмислення і вивчення найкращого досвіду за для подальшого практичного використання всіма зацікавленими суб'єктами в розвитку культурних, рекреаційних, туристичних, дозвіллевих просторів.

Аналізуються ці впливи активно українськими вченими, які виокремлюють культурно-дозвіллеву діяльність як пріоритетну.

Доволі детально культурно-дозвіллеву діяльність розглядає в своїх працях культуролог Копієвська О.Р. Аналізуючи культуротворчий

потенціал закладів культури в Україні вчена наголошує на винятковому значенні культурно-дозвілєвої діяльності в забезпеченні прав людини [2]. Вчена акцентує увагу на важливості вивчення зарубіжного досвіду в організації та проведенні культурно-дозвілєвих практик [3], що дозволить змінити освітню траєкторію підготовки менеджера дозвілля за для покращення якості культурно-дозвілєвих послуг [5]. Копієвська О.Р. вважає, що культурно-дозвілєвих послуга є важливою і актуальною для рекреаційної діяльності [4]. Ця позиція вченої є для нас основою, так як дослідження культурно-дозвілєвого потенціалу ТОВ «Буковель» тісно пов'язана з рекреаційною діяльністю досліджуваного підприємства.

Отже, Буковель є найбільшим і найуспішнішим бізнес проектом, де високоефективно поєднуються туристична, рекреаційна та культурно-дозвілєва діяльності.

Історія становлення гірськолижного курорту починається з 2000 року, укладанням партнерської угоди між ТзОВ «Скорзонера» та фірмою «Горизонт АЛ» про створення туристично-рекреаційного комплексу. Унікальність бізнес ідеї полягала у створенні курорту, який буде працювати в різні сезони і відповідними якісними сезонними послугами для відвідувачів. Для реалізації цього масштабного проекту було долучено провідні іноземні компанії, такі як австрійська фірма Plan-Alp і канадська Ecosign.

На сьогодні доволі активно розвивається курорт, постійно відбувається його удосконалення, а саме розширюється інфраструктура, з'являються різноманітні послуги, які розраховані з урахуванням потреб та особливостей різних вікових категорій відвідувачів.

Аналізуючи культурно-дозвілєвий потенціал ТОВ «Буковель» слід наголосити на якісному забезпеченні доступності інформації про послуги відповідно до сезонності (Рис.1, 2), яка доволі детально представлена на офіційному сайті [1].

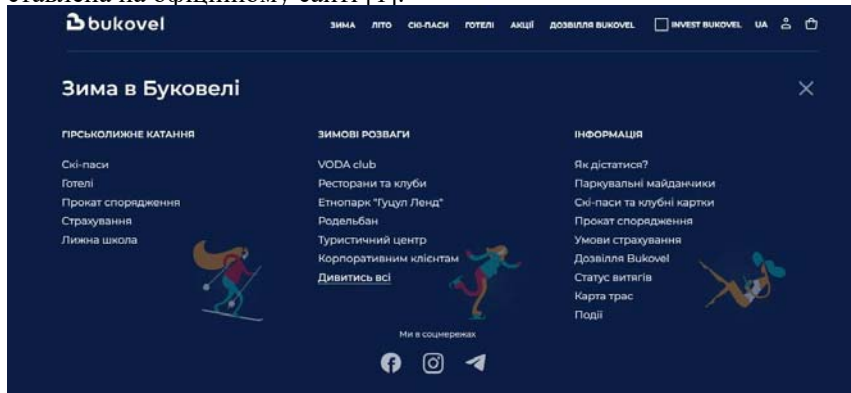


Рис. 1 Зимовий сезон

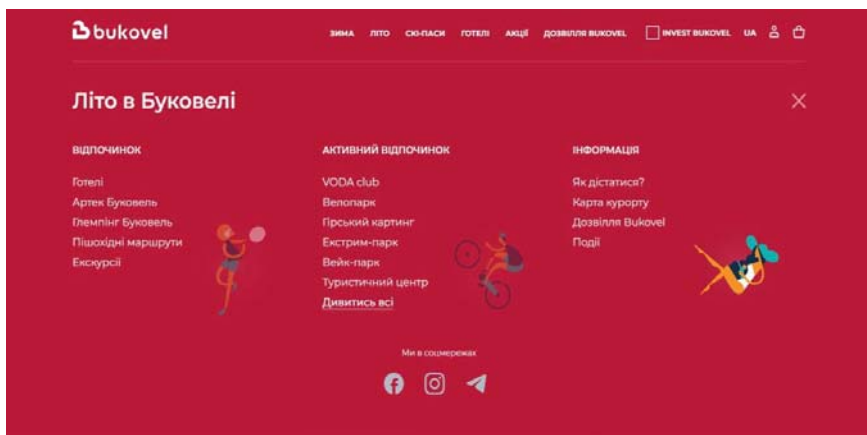


Рис. 2 Літній сезон

Культурно-дозвіллевий потенціал Буковелю визначається такими об'єктами та послугами як: ресторани та клуби, оздоровлення та SPA, екскурсії та драйвовий відпочинок, пішохідні маршрути, різноманітні дозвіллеві сервіси тощо.

Особлива увага приділяється культурно-дозвіллевми практикам для дітей, де пропонуються тубінг, ковзанка, санна траса, контактний зоопарк «Гуцул ленд», Хаскі-хаус тощо.

Отже, досвід організації культурно-дозвіллевих послуг в Буковелі є високоякісним і різноманітним відповідно до сезонних запитів та потреб відвідувачів. Забезпечується якісний культурно-дозвіллевий потенціал відповідними маркетинговими дослідженнями. Соціокультурна та економічна перспективність Буковелю є беззаперечною і вартує детального вивчення, з точки зору практичного впровадження в розбудову креативних індустрій в Україні.

#### Список використаних джерел

1. Карта курорту. Bukovel. URL : <https://bukovel.com/summer-map> (дата звернення: 12.01.2024);
2. Копієвська О. Р. Культуротворчий потенціал закладів культури в Україні // Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі : колективна монографія. Київ : Ліра-К, 2017. С. 156–165;
3. Копієвська О.Р. Організаційно-правове забезпечення рекреаційної діяльності в Україні // Фундаментальні і прикладні дослідження рекреаційно-дозвіллевої сфери в контексті євроінтеграційних процесів : Міжнар. наук.-практ. конф., 12–13 травня 2008 р. Київ, 2008. С. 162–165;
4. Копієвська О. Р. Розвиток культурно-дозвіллевої діяльності як складової культурної політики в країнах Західної Європи // Актуальні проблеми історії теорії та практики художньої культури : зб. наук. праць. Київ : Міленіум, 2005. Вип. XIV. С. 234–240;
5. Копієвська О.Р. Щодо питання практичної підготовки «менеджера дозвілля» // Індустрія дозвілля і розваг : Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 22–24 травня 2013 р. Київ : НАКККіМ, 2013. С. 9–11.

**Бохняк Дарія Владимівна**  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
bohniakd@gmail.com

*Науковий керівник: Дячук Валентина Павлівна,*  
кандидат культурології, доцент кафедри  
артменеджменту та івент технологій НАКККіМ

## **Імерсивна вистава як унікальний дозвіллєвий і успішний бізнес-проект**

У світі турбулентних змін і жорстких випробувань психо-емоційний стан людей може бути дуже розбалансованим і впливати на їхнє життя в різних аспектах. З одного боку, інновації та технологічний прогрес створюють можливості для комунікації, розваг та розвитку, але з іншого боку, вони можуть призводити до стресу, відчуття втоми та відчуження. У вік технологій та прориву ми всі починаємо залежати від віртуального світу вивчаємо нові можливості використання адаптації цього середовища, і стаємо заручниками гаджетів.

Ще до війни рф-ії проти України культурно-мистецьке середовище активно сприяло розвитку нових форм залучення глядача до театрального мистецтва. Багато українських художників, музикантів та інших митців відчували тривогу за країну і це відображалось у їх творах. Патріотичні молитви стали домінуючими в багатьох культурних сферах, від мистецтва до літератури. Це стало головним способом для суспільства висловити свої почуття, переживання та стурбованість. З початком повномасштабної війни у 2022 році – режисери, художники, актори стали військовими-оборонцями своєї країни, а більшість творців культури трансформувались у волонтерські об'єднання які продовжували свою творчість в госпіталах, у звільнених містах і селах, підтримуючи моральний дух незламного народу.

Ідея залучити глядача в театральну постановку з'явилася ще задовго до того, як термін «імерсивний театр» було створено. Подібний формат почав існувати ще в ХХ столітті, перші згадки відносяться до 1969 року. Тоді італійський режисер Лука Ронконі створив в церкві постановку «Несамовитий Роланд». По кутах знаходилися рухомі майданчики, якими могли пересуватися глядачі і обирати різні варіанти розвитку подій вистави. Далі були бродвейські «Таємниці Едвіна Друда» 1985-го року. Незавершений роман Чарльза Діккенса було запропоновано закінчити глядачам: вони голосували за того, хто на їхню думку є вбивцею, і від вибору аудиторії залежав фінал вистави. В радянський театр імерсивність почав вводити режисер Всеволод Мейерхольд. У своїх роботах він іноді розсаджував акторів серед глядачів і переносив дію п'єси в зал або навіть у фойє.

Дослідження імерсивного досвіду у найрізноманітніших середо-

вищих упродовж останніх років є предметом вивчення у науковій літературі. Зокрема, S. Hogarth, E. Bramley, T. Howson-Griffiths аналізують імерсивні світи мистецьких перформансів та виконавчих практик (Hogarth та ін., 2018), J. Tepperman, M. Cushman вивчають досвід канадського імерсивного театру Brantwood (Tepperman & Cushman, 2018), сенсорний лабіринтний театр та його місце в історії імерсивних театрів є предметом розгляду T. Howson-Griffiths (Howson-Griffiths, 2020), імерсивний досвід у театрі є предметом найбільшої уваги науковців (Васильєв та ін., 2018), але репрезентація імерсивності як стратегії формування досвіду в інших середовищах також вивчається. Т. Кузілова (2021) описує досвід впровадження імерсивних технологій в роботі бібліотек.

Проте остаточно термін «імерсивний театр» з'явився тільки на початку ХХ століття в США. Перший такий спектакль представили 2000 року учасники театральної команди Punchdrunk з Великобританії, в основі сюжету була п'єса «Войцек» німецького драматурга Георга Бюхнера [7].

Перша українська творча команда U'zahvati, що спеціалізується у жанрі імерсивних вистав, створили 10 унікальних проєктів які дарують новий емоційний досвід і трансформують сприйняття учасниками самого поняття: «театралізоване дійство». Часто можуть використовувати навушники в яких звучить акторський супровід глядача різними цікавими локаціями що розкривають йому нову віртуальну реальність або просто надзвичайно деталізовані та інтерактивні підходи.

Ураховуючи сказане, дослідники по-різному тлумачать імерсивність / імерсивні технології: «Імерсивність розуміється як «занурення», «ефект присутності»» [1] «Імерсивна технологія – це інтеграція віртуального вмісту з фізичним середовищем, що дозволяє користувачеві природно взаємодіяти зі змішаною реальністю, яка включає в себе два основних типи реальності, як доповнена (AR) та віртуальна (VR)» [1].

На думку дослідників, практики культурного споживання є дозвілєвими практиками особливого типу, «специфіка яких криється у феномені катарсису і функції виховання», вони «орієнтовані на самовдосконалення духовної природи людини, на її саморозвиток, самосвідомість, рефлексію». Імерсивність на сучасному етапі активно розвивається в індустрії розваг, в театральній галузі, освіті та журналістиці, а також багатьох інших галузях. Від так імерсивність логічно розглядати як дію з «зануренням» у штучностворені умови (середовище/простір), що дає змогу відчутти ефект присутності; як унікальну властивість середовища культурної практики, що є системним самоорганізовуваним конструктом, наділена властивостями глибинного занурення, присутності в ньому суб'єкта, інтерактивності, внутрішньої суб'єктної просторової локалізації, когнітивного доступу, насиченості,

пластичності та цілісності [2]. З огляду на те, що студенти НАКККІМ мали ряд зустрічей з автором і режисером проєктів Поліною Бороніченко, а також практикували свої адміністраторські навички саме в компанії U'zahvati, то можна говорити про комерційний успіх саме імерсивних вистав в Україні (до війни 2022р.) та у Литві, Польщі, Чехії де ці проєкти мали реалізацію адаптовані під локації, мову країн.

Використання імерсивності у сучасному театру надає можливість зануритися у саме видовище відчутти переживати те чого раніше не відчував. Занурення у це дійство дає можливість проаналізувати ситуацію в якій ти ще не був, відчутти емоції і переживання. Команда імерсивного театру «uzahvati» створює такі вистави для того щоб, людина зрозуміла себе, свої переживання, зняла з себе всі обмеження. Прикладом такої вистави є їх вистава «MONO» де кожен хто взяв участь у даному дійстві зрозумів для себе чого він хоче, що хоче змінити. Команда «uzahvati» створила масу дійств для того аби люди змогли проаналізувати свої емоції, внутрішній стан, кожен хто відвідав вистави їх авторства хоч раз стверджують, що це не тільки гарний спосіб дозвілля та відпочинку, але й неперевершений досвід пізнати себе, своє місце чи кохану людину, також дізнатись багато нового про своє місце та отримати нові враження відчутти себе у нових запропонованих обставинах.

Також варто зауважити, що вартість візиту таких вистав варіюється від місця проведення тому що команді слід заздалегідь домовитися про використання того чи іншого місця проведення бібліотека, стадіон тощо.

У сучасному світі все більше набирають актуальність імерсивні вистави які допомагають зануритися світ мистецтва не лише побачити, а й почути і відчутти. Таким прикладом є історично культурно-освітній центр «Осередок» який демонструє інтерактивні виставки для того, щоб глядач занурився у мистецтво української культури. Це місце, де зберігаються і передаються майбутнім поколінням традиції, притаманні українській свідомості.[4]

Імерсивні проєкти, це спеціально створені мистецько-духовні програми що дають можливість використовувати в якості арттерапії для людей що пережили наприклад, окупацію і можуть поговорити по –душах зі своїм улюбленим, зруйнованим містом яке обов'язково відбудується і як птаха-фенікс переродиться і стане ще кращим. Процес розгортання імерсивного дійства в сучасному театрі формує глядача як учасника креативної взаємодії людей, що спільно створюють і переживають разом, кожен у свій унікальний спосіб, певну історію чи подію. Пошуки наперед не відомих рішень призводять до різноманітних інтерпретацій, що засвідчують унікальність досвіду кожного. Подібне радикальне зміщення відносин переформатує аудиторію, сцену, глядача, виставу: концептуально, просторово і фізично. Аудиторія,

яка прагне емоційних і тактильних вражень, активно залучається до спілкування та фізичної взаємодії. Пошук нових засобів «залучення» зумовлює появу нових форм імерсивних практик. Театральне мистецтво постійно розвивається і дуже чутливо сприймає перехід від вербальності до образності та калейдоскопічності.

#### **Список використаних джерел**

1. Лещенко Т.О., Жовнір М.М., Юфименко В.Г. Імерсивні технології в мовній освіті: від теорії до практичного впровадження [http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/19969/1/Immersive\\_technologies\\_in\\_language\\_education.pdf](http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/19969/1/Immersive_technologies_in_language_education.pdf)
2. Чупрій, Л., Настояща, К.(2020). Культурні практики населення міста Києва та Київської області. Науково-дослідний інститут країнознавства Міністерства освіти і науки України
3. <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/276696/271582>
4. Академічний тлумачний словник (1970-1980) Словник української мови: в 11 томах. Том 2, 1971. С. 347. URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 24.04.2024).
5. [https://www.youtube.com/watch?v=0lAo\\_LuJt2o](https://www.youtube.com/watch?v=0lAo_LuJt2o)
6. <https://uzahvati.com.ua/>
7. <https://oseredok.ca/ua/>
8. <https://uzahvati.com.ua/#submenu:more>

***Вовк Вікторія Вікторівна***

*здобувачка Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка*

*Науковий керівник: Терещенко Наталія Миколаївна  
кандидатка педагогічних наук, доцент Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка*

### **Розповсюдження манґи-індустрії в Україні як одного з трендів східної культури**

Останнім часом, література, що стилізована під канони Сходу, набуває значної популярності. Одним з різновидів такої літератури є Манґа – комікси, що створені в Японії, визнана і як форма образотворчого мистецтва, і як літературне явище. І вони значно відрізняються від коміксів, що створюються в Європі [6].

Сучасна література не знає кордонів, і цей напрямком не є винятком. Манґа в Україні пройшла чималий шлях, перш ніж прижитись на нашому читацькому ринку, проте японські комікси все ж знайшли свою аудиторію. Українки і українці цікавляться цим мистецтвом і велика кількість молоді бажає все більше читати цю літературу [1].

На сьогоднішній день Україна потерпає від російської агресії, та незважаючи на це, для книжкового ринку нема перешкод, аби зупинитися розвиватися. У 2022-2023 роках кількість манґи українською виросла в кілька разів, завдяки тому що за це взялось не одне видавництво. Та у порівнянні з іншими країнами Європи, це досі малий відсоток такої літератури [2].



Тож, вивчення історії створення японських коміксів та їхнє розповсюдження по всьому світі, аналіз наявності манги державною мовою в українських бібліотеках, видавництвах та книжкових магазинах стало метою нашого дослідження [7, 8].

Дослідження проводилося за допомогою технології GoogleForms та з використанням стандартизованого опитувальника. Базою для дослідження стали три бібліотеки, це Публічна бібліотека імені Лесі Українки, Волинська обласна бібліотека для юнацтва, Центральна бібліотека імені Т.Г. Шевченка для дітей м. Києва, а також чотири видавництва: Nashaidea, Molfar Comics, Lantsuta і Mal'opus, які видають японські комікси.

Респондентами стали 82 повнолітніх особи, 75,6% – жіночої статі, 24,4% з них – чоловічої. В опитуванні брала участь українська молодь від 12 до 20 років та навіть більше, але найбільше відповідей надходило від 17-20 річних.

Проведені узагальнення результати опитування дозволили з'ясувати наступне:

- Манга українською існує, але вона менш поширена порівняно з іншими європейськими країнами. Найбільше японські мальюписи українською мовою можна знайти на сайтах стилістичних видавництв Nashaidea, Mal'opus, Книгарня Є, Лантсута (Lantsuta), Northern Lights, Vivat, Мольфар Комікс та ін;

- Українська молодь зацікавлена у розповсюдженні манги українською мовою, тому попит на таку літературу лише зростає, але наразі її не достатньо і значна частина пошановувачів манг читає їх не українською, і це поки є негативним аспектом даного питання.

Анонси та релізи манги в Україні створюють значний резонанс серед читачів, цей розвиток може свідчити про зростання інтересу до манги та популярності цього жанру на українському книжковому ринку [3, 4].

Проте, спостерігається низький рівень співпраці між українськими бібліотеками і видавництвами у поширенні манги, через відсутність ряду інструментів, комунікація здійснюється лише через посередництво – Програму поповнення фондів бібліотек від Українського інституту книги[5].

Також, гальмує процес поширення українськомовної манги на книжковому ринку недостатнє фінансування українських бібліотек, особливо районних. Так більшість бібліотек і видавництв готові до співпраці, але брак достатніх коштів і відсутність чітких законодавчих положень щодо авторського права.

У підсумку варто зазначити, що за останні два роки відбулося пробудження національної свідомості та патріотизму українського народу, а відповідно і зросла потреба у споживанні якісного контенту українською мовою. Українськомовна літературна продукція має роз-

виватись, щоб всі охочі мали змогу читати свої улюблені твори рідною мовою.

Манга як один з літературних трендів східної культури нині є дуже популярним в усьому світі і не залив байдужих і українських читачів. Українська молодь зацікавлена у розповсюдженні україномовної манги, як і в магазинах, так і в фондах бібліотеки. Збільшення та урізноманітнення тематики україномовних манг спонукатиме молодих українців частіше відвідувати книгарні та бібліотеки.

#### **Список використаних джерел**

1. Манга українською: що вже перекладено і що незабаром перекладуть. chytomo.com. URL : <https://chytomo.com/> (дата звернення: 25.04.2024).
2. «Знайди і покажи мальопис»: про комікси на українському ринку. bookforum. URL : <https://bookforum.ua/p/1297> (дата звернення: 25.04.2024).
3. Поточний статус манги українською – список видань та перекладів. deimos.org.ua. URL : <https://deimos.org.ua/> (дата звернення: 25.04.2024).
4. Дзюнджі Іто українською – гучний анонс від MAL'OPUS. playua.net. URL : <https://playua.net/dzhyundzhi-ito-ukrayinskoju/> (дата звернення: 25.04.2024).
5. В Україні закупили більше 300 тисяч книг для бібліотек на суму 48 млн грн у 2021 році. Суспільне: Культура. URL : <https://suspilne.media/> (дата звернення: 25.04.2024).
6. 'Manga': heart of pop culture. Japan Times. URL : <https://www.japantimes.co.jp/news/2009/05/26/reference/manga-heart-of-pop-culture/> (дата звернення: 25.04.2024).
7. Gravett, P., Manga: Sixty Years of Japanese Comics. Anime Revolution, Stone Bridge Press, 2004. 176 p.
8. 8 manga genres you need to know. The British Museum. URL : <https://blog.britishmuseum.org/> (дата звернення: 25.04.2024).

***Герасимов Ілля Володимирович**  
здобувач кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
bkd1120.igerasytov@dakkkim.edu.ua  
Науковий керівник: **Філіна Тетяна Вікторівна**  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Молодіжне дозвілля в системі соціокультурної діяльності**

Соціокультурна діяльність являє собою якісно новий рівень використання людиною своїх здібностей і можливостей, що виявляються у створенні культурних цінностей і спрямовуються на особистісний розвиток індивіда через засвоєння ним певної системи знань, норм, зразків і цінностей. Це та діяльність, що забезпечує стійку рівновагу між суспільним і культурним, оскільки культурне відставання від постійних соціальних змін призводить до дезорганізації життєдіяльності, особливо в молодіжному середовищі [5, с. 138].

Соціокультурна діяльність невід'ємно пов'язана з дозвіллям су-

часної людини. Швидкий технічний прогрес зумовлює постійні зміни в просторі дозвілля, набуваючи нових форм, засобів емоційних впливів, надаючи ціннісні аспекти, оскільки дозвілля має суттєвий вплив на формування і становлення особистості. Соціально важливим є питання поліпшення якості дозвілля [7, с. 55].

Основна проблема дозвілля в сучасній соціокультурній сфері полягає в тому, що потрібно не тільки знати сучасні культурні запити суспільства, передбачати їх зміну, але і уміти швидко реагувати на них. Організатори соціокультурного життя мають зуміти запропонувати нові форми і види дозвіллевих заходів. Дозвілля українських людей відображає здебільшого пасивне дозвілля або на природі. Також популярними є розважальні види дозвілля, хоч вони і потребують матеріальних витрат: клуби, кафе, кінотеатри. Третя частина населення присвячує вільні хвилини своєму хобі [2].

Важливою проблемою дозвілля в соціокультурній сфері є молодіжне дозвілля. Для молоді характерним є наявність вільного часу більше, ніж для дорослої людини. Заходи і активності якими слід наповнити соціокультурне життя молоді людини потребують розвитку, а от нічне дозвілля молоді потрібно зупиняти. Одні проводять свій вільний час за танцями і спортом, гуртками, а інші – за небажаними діями у вільний час.

Вирішення цієї проблеми полягає в організації цікавого, систематичного дозвілля. А для цього важливо організована діяльність гуртків, центрів творчості, спортивних шкіл, де можуть задовольнятися її духовні, фізичні й інші соціально значущі потреби. А це і є важливо для розвитку особистісних якостей людини й гармонійного розвитку [7, с. 56].

У процесі організації дозвілля молоді нині активно впроваджуються різноманітні технології та практики. Поняття «технологія» застосовують для означення засобів, форм, методів соціокультурної діяльності, що використовуються у творчому, навчальному, виховному, рекреаційному процесі. Технології є тим феноменом, який зосереджує в собі можливість вирішення триєдиного завдання: допомогти оволодіти теоретико-методологічними, методичними, психологопедагогічними й операційними основами соціокультурного процесу. Отже, соціокультурна технологія – це науково обґрунтована система знань про умови, форми, методи та прийоми створення матеріальних і духовних цінностей, практичне використання яких забезпечує цілеспрямований вплив на духовний світ особистості [3, с. 20-21].

Культурно-дозвіллеві практики є вагомим фактором оптимізації якості життя молоді через задоволення її потреб в емоційному здоров'ї, самореалізації та духовному розвитку, що складають суб'єктивний компонент якості життя. При цьому культурно-дозвіллеві практики – це завжди реальне дозвілля, котре не знаходиться в розриві

як із самою особистістю, так і з суспільством і, водночас, немає жодного зв'язку із уявним дозвіллям, яке передбачає, перш за все, насилля над собою і, як результат, деградацію та руйнування особистості. Адже уявне дозвілля обумовлене невмінням проводити свій час, є безцільним витрачанням часу, що, зрештою, може призвести до асоціальних вчинків. Тому активне залучення молодих людей до культурно-дозвіллевих практик допоможе стабілізувати життєвий світ молоді і не втратити суспільством своєї життєвої перспективи [4, с. 148].

Особливої гостроти набуває застосування технологій та організація культурно-дозвіллевих практик української молоді в умовах війни. Науковці наголошують, що вони мають бути організовані на основі простих принципів: відповідність дій цілям; відповідальність за якість роботи та передачу досвіду; недискримінація, що включає прийняття, любов, відсутність пресингу, насильства, взаємоповагу, рівність умов, відносин, можливостей, доступ до інформації та до прийняття рішень; толерантне ставлення та рівні права для всіх; залучення дітей та молоді отримання практичних навичок і знань [1, с. 24].

Таким чином, дозвілля є важливою складовою життя молоді, яка впливає на формування та становлення особистості. Дозвілля невід'ємно пов'язано із соціокультурною діяльністю, що виявляється у створенні культурних цінностей і благ.

Нині дозвілля молоді потребує застосування новітніх технологій для впровадження актуальних культурно-дозвіллевих практик, при реалізації яких необхідно дотримуватися принципів організації дозвілля в умовах війни.

#### Список використаних джерел

1. Баханов О.Ю. Соціально-педагогічна підтримка дітей та молоді вимушених переселенців у досвіді діяльності неурядової організації. Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право, 2019. Випуск 3 (43). С. 20-26.
2. Бочелюк В. Й., Бочелюк В. В. Дозвіллезнавство : навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2006. с.208.
3. Світайло Н.Д, Повалій Т. Л. Практикум із соціокультурної діяльності : консп. лекцій. Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 20-29.
4. Скляр С. Культурно-дозвіллеві практики як соціокультурне явище: концептуальні засади вивчення. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки, 2010. № 10. С. 146-153.
5. Спіріна Т. Соціокультурна діяльність, як засіб формування життєвих цінностей молоді у вільний від навчання час. Вісник Прикарпатського університету. Педагогіка, 2005. Вип. 11. С. 135-140.
6. Шевченко Р. Проблеми дозвілля в соціокультурній сфері. Сучасні соціокультурні процеси: компетентісно-аксіологічний аспект: Збірник статей і матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (28-29 жовтня 2020 р.). Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2020. С. 152-159.
7. Шевченко Т. Проблеми культурно-дозвіллевої практики в умовах війни. Молодий вчений, 2022. № 7 (107). С. 54-57.

*Гордієнко Ілля Сергійович*  
*магістрант НАКККіМ*  
*bkd119.igordienko@dakkkim.edu.ua*  
*Науковий керівник: Філіна Тетяна Вікторівна,*  
*кандидат історичних наук, доцент кафедри*  
*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Специфіка маркетингу у сфері культури**

Сучасне суспільство – це формування, в якому культура забезпечує виробництво, збереження, поширення й освоєння культурних благ і цінностей, регулює процеси виховання і формування особистості, розвиває культуру праці, побуту і різноманітних сфер життєдіяльності людини [7, с. 7]. Культура – це надбання людей, що створено їх власним розумом та креативністю, яке закладає фундамент розвитку суспільства як загалом, так і його окремих сфер. Культура поділяється на духовну, соціальну та матеріальну: духовна культура – це усі ідеї, цінності та сама поведінка, яка орієнтована на всі ці аспекти життя; матеріальна культура заохочує до задоволення потреб суспільства, до технологічної сторони буття; соціальна – це відносини між людьми.

Аналізуючи поняття «сфера культури», зазначимо, що воно є збірним щодо сукупності галузевих систем, проте його зміст не можна вважати усталеним. До того ж, за результатами узагальнення наукової літератури, можемо відзначити певні явища, які належать до цієї сфери. По-перше, це сукупність духовних, матеріальних та соціальних цінностей, які становлять культурний здобуток суспільства; по-друге, це мережа закладів культури; по-третє, це система культурних норм [2, с. 110]. Таким чином, культура – це цілісне явище, яке умовно поділяється на підгрупи: побутова, політична, правова, художньо-творча, технічна, екологічна, виробнича [6, с. 80].

Продукти сфери культури, як і будь-які інші товари та послуги, потребують виважених рішень в процесі створення, популяризації та поширення. Маркетинг культури є одним з напрямків маркетингу соціального, що формує цілі, технології, маркетингові механізми в різних сферах суспільного життя, в тому числі таких сферах, як наука та освіта, охорона здоров'я, екологія, культура та мистецтво, спорт та інші масові видовища. Залишаючись одним з напрямків соціального маркетингу, маркетинг культури спрямований на формування політичних поглядів, громадянської та національної свідомості, громадської позиції споживача продукту ринку культури, він формує конкретні реальні механізми функціонування суспільних процесів, а також регулювання та управління ними [1, с. 54].

У сфері культури частково застосовується класичний закон «4р» або комплекс маркетингу, до якого входять такі компоненти, як продукт, ціна, місце продажу, просування, відповідно традиційна марке-

тингова модель дещо змінюється і включає додаткові ланки [4, с. 74].

Маркетинг у культурі розглядається на двох рівнях:

– маркетинг культури – здійснення діяльності з виробництва і продажу товарів або послуг у галузі культури із застосуванням принципів маркетингу, це стосується установ культури, як-от культурні центри, кінотеатри, театри, музеї, концертні зали, бібліотеки;

– маркетинг із використанням культури – використання будь-якою компанією іміджу установи культури у стратегії спілкування зі своїми клієнтами; ця частина маркетингу у сфері культури зазвичай називається культурним спонсорством [5, с. 224].

Нині важливу роль у сфері культури відіграє ефективне використання інноваційних маркетингових технологій в діяльності закладів культури. Серед інноваційних маркетингових технологій, які мають свою специфіку і відповідні можливості, науковці виокремлюють:

– вірусний маркетинг – передбачає комплекс заходів, спрямованих на популяризацію рекламної інформації, якою хочеться поділитися з ближнім;

– маркетингові інтернет-технології – спрямовані на задоволення потреб споживачів у мережі інтернет, тим самим все більшої популярності набувають інтернет-магазини як основний елемент збутової політики в середовищі інтернет;

– маркетинг вражень – передбачає комплекс заходів, спрямованих на формування у споживачів позитивного враження про товари, послуги і лояльності до виробника в майбутньому та для встановлення емоційного зв'язку між споживачем і товаром або послугою, що досягається в процесі певної події, яка організовується виробником і містить у собі елементи шоу-маркетингу, івент-маркетингу із використанням системи рекламних і PR стратегій;

– індивідуальний маркетинг – діяльність, яка направлена на створення персональних, унікальних пропозицій для клієнтів за допомогою соціальних мереж, які реалізуються за допомогою технологій масового виробництва, що дозволяють модифікувати товари та послуги під конкретного споживача, не витрачаючи на це додаткових ресурсів;

– брендинг і ребрендинг – є маркетинговими інструментами зі створення бренду або його зміни та спрямовані на успішне просування, розвиток бізнесу із створенням довгострокової, позитивної тенденції зростання бренду на ринку;

– кросс-маркетинг – є маркетинговою технологією, що забезпечує перехресне просування підприємства (товару) кількома підприємствами, реалізуючи спільні маркетингові програми, спрямовані на стимулювання збуту або підвищення обізнаності [3, с. 112-113].

Особливістю маркетингу у сфері культури є задоволення потреб культурного характеру та дозвілля з урахуванням художнього спрямування та економічних цілей закладів культури та виробників культурних

продуктів. Маркетинг культури має знайти баланс між орієнтацією на споживачів та на культурний продукт з урахуванням часу: короткострокова задоволеність відвідувачів чи довгострокові вигоди закладів культури. В індустрії культури сьогодні перемагає не лише якість або новизна, а й уміння займати певну позицію в інформаційному просторі, де точиться боротьба за популярність, увагу та прихильність публіки. Організації культури, які здійснюють свою діяльність на базі технологій маркетингу, стають для споживачів цікавішими [5, с. 225].

Маркетинг культури є одним зі шляхів виведення закладів культури із кризової ситуації. Економія на маркетингових дослідженнях є невиправданою, оскільки витрати, викликані хибними рішеннями, бувають більш значними. Ефективне впровадження в роботу виробників культурних продуктів принципів маркетингу сприятиме розв'язанню нагальних соціально-економічних проблем галузі.

#### **Список використаних джерел**

1. Акімов Д. І. Маркетинг мистецтва та арт-ринки: відмінності від традиційної маркетингової моделі. *Культура і сучасність*, 2018. № 2. С. 53-60.
2. Борисенко Д. В. Сфера культури як об'єкт державного регулювання. Ефективність державного управління, 2020. Вип. 1. С. 106-117.
3. Головач Н. М. Використання інноваційних маркетингових технологій у сфері культури. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2023. № 4. С. 111-117.
4. Головач Н. М. Особливості використання маркетингу у сфері культури. Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 26-27 березня 2022 р.). К. : КНУКіМ, 2022. С. 74-77.
5. Круковська Є. Т., Таранич А. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю закладів індустрії культури. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*, 2022. № 2 (14). С. 220-226.
6. Лутковська С. М. Визначення сутності, структури та функцій культури. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Педагогіка і психологія*, 2011. № 34. С. 78-82.
7. Пінковська Г. В. Роль сфери культури у соціально-економічному розвитку регіонів країни. *Культура народів Причорномор'я*, 2013. № 254. С. 7-12.

***Гордійчук Ірина Вячеславівна,  
Шклярєнко Інна Андріївна***

*здобувачки кафедри інформаційних комунікацій  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка  
ivhordiichuk.fufkm22@kubg.edu.ua  
iashkliarenko.fufkm22@kubg.edu.ua*

*Науковий керівник: **Мажара Алла Вікторівна**  
старший викладач кафедри інформаційних комунікацій  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

### **Соціальні мережі як інструмент реалізації практичних навичок**

В епоху цифрової трансформації соціальні мережі перетворюються на потужний майданчик для самопрезентації закладами вищої освіти

ти будь-якої спеціальності, даючи можливість викладачам та студентам ділитися своїми знаннями, досвідом та досягненнями з широкою аудиторією.

У Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка у 2021 році на кафедрі інформаційних комунікацій запроваджена освітньо-професійна програма 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм» за спеціальністю 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Мета повідомлення – описати досвід роботи студентів в соціальній мережі «Instagram».

Теоретичні знання, здобуті студентами на лекційних і семінарських заняттях потребують постійного удосконалення та реалізації на практиці. Тому на кафедрі інформаційних комунікацій вирішено розвивати соціальні мережі кафедри із залученням студентів ОП ВТП. Роботу розпочали зі створення сторінки кафедри інформаційних комунікацій у соціальній мережі Instagram [1].

Завдяки діяльності у соціальних мережах студенти 1 та 2 курсів ОП ВТП відкрилась можливість проходити всі етапи створення власних онлайн-медіа, аудіовізуальних продуктів, інтерв'ю тощо. Роботу розпочали з написання стратегічного плану розвитку, розробили загальну концепцію сторінки, її візуальне оформлення, календарно-постановчий план тощо. Кожен зі студентів мав змогу створити власну унікальну рубрику та займатися виробництвом якісного контенту особисто. Зокрема, визначено:

- Пости виходять тричі на тиждень;
- Рілс Проєкту «Здобути слово» – кожного понеділка;
- Сторіс – виходять у дні подій, якщо планується якийсь захід;
- Плануються до виходу рілси гостьових лекцій, цікавих зустрічей, творчих подій кафедри та факультету;
- «Нарізки» історій, які розповідають гості. Кожен аудіовізуальний продукт обговорюється групою розробників, готується сценарій, редагується текст і відео, затверджуються фото, відео тощо.

Рубрика «Здобути слово» – це проєкт про повернення питомо українських слів в щоденний ужиток. Важливим є те, що до створення цього студенти залучають «Словник української мови Бориса Грінченка» [2], з якого беруть натхнення і слова для цього унікального проєкту.

Крім Інстаграму студенти взяли й інші платформи такі як: Телеграм [3] та Тік ток, в яких також займаються створенням своїх власних проєктів. Наприклад: Телеграм-канал «Нася-Тася» – це проєкт, в якому студенти записують маловідомі українські казки. Головна ідея – дарувати малечі позитивні емоції і підіймати моральний дух маленьких українців та їх батьків.

У найближчій перспективі планується відкриття рубрики у Тік



ток з маловідомих віршів українських письменників та письменниць.

У процесі роботи з соціальними мережами студенти стикнулися з низкою складнців, які їм вдалося вирішувати завдяки командній роботі і консультаціям з викладачем, а саме:

- пошук ідеї та матеріалу;
- написання структурованих сценаріїв;
- образ та імідж ведучого рубрик;
- визначення сталих фішок, які ідентифікують проєкт;
- пошук вдалих ракурсів;
- знайомство з новими програмами для монтажу;
- комунікація з героями для зйомки;
- уміння роботи в команді;
- підбір реквізиту;
- пошук музики (авторські права);
- запис звуку в А-студії;
- комунікація з викладачами та персоналом;

Отже, кожен з описаних етапів і проєктів роботи над власними медіа надає студентам унікальні можливості набуття практичного досвіду, який буде хорошим підґрунтям для їх медіа кар'єри.

#### **Список використаних джерел**

1. Сторінка кафедри інформаційних комунікацій факультету української філології, культури та мистецтва КСУБГ в Instagram. URL: [https://www.instagram.com/kik\\_bg?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/kik_bg?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==) (дата звернення: 20.04.2024).
2. Словарь української мови. У4 т. / Зібрала редакція журналу «Кієвская Старина»; Упорядкував, з додатком власного матеріалу, Борис Гринченко. Київ: Друкарня Акційного Товариства Н. Т. Корчак-Новицького у Києві, 1907.
3. Телеграм-канали аудіо казок: <https://t.me/ukrainestales> (дата звернення: 20.04.2024).

**Гула Анна Володимирівна**

*здобувачка кафедри артменеджменту*

*та івент-технологій НАКККіМ*

*agula2189@gmail.com*

*Науковий керівник: Воробйова Наталія Петрівна*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Реалізація культурно-просвітницьких проєктів за допомогою соціальних мереж**

Соціальні мережі є прекрасним майданчиком для обміну думками та співпраці між представниками різних галузей культури та науки. Їхні можливості комунікації дозволяють створювати сприятливе середовище для взаємодії, співпраці та взаєморозуміння.

Також, соціальні мережі можуть сприяти зближенню шляхом по-

ширення інформації про різноманітні культурні та наукові події, конференції, виставки, лекції тощо. Це дозволяє представникам обох галузей бути в курсі актуальних подій і знаходити спільні точки для подальшої співпраці [7].

Реалізація культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах є важливим інструментом для популяризації досягнень культури, науки та розвитку освітніх ініціатив. Ці проєкти спрямовані на залучення уваги громадськості до важливих культурних та наукових подій, наукових відкриттів, а також на підвищення рівня освіченості та культурної свідомості.

У рамках культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах зазвичай реалізуються різноманітні ініціативи, які можуть включати в себе:

#### 1. Віртуальні виставки та екскурсії.

Організація віртуальних виставок та екскурсій у соціальних мережах є сучасним інструментом для популяризації культурної спадщини та мистецтва. Ці проєкти дозволяють глядачам з усього світу відвідувати виставки та екскурсії у віртуальному форматі, не покидаючи зручності свого домівки. Особливість цих ініціатив полягає в тому, що вони створюють можливість для взаємодії з культурними об'єктами, навіть коли доступ до них обмежений або об'єкти знаходяться на великій відстані [6].

Віртуальні виставки мистецтва надають можливість митцям та галереям демонструвати свої твори широкій аудиторії через онлайн-платформи соціальних мереж. Глядачі мають змогу роздивитися картини, скульптури та інші художні твори у деталях, дізнатися про їхню історію та контекст створення, а також залишити коментарі та відгуки.

Таким чином, віртуальні виставки та екскурсії у соціальних мережах відкривають нові можливості для доступу до культурних та мистецьких цінностей, сприяють взаємодії між митцями та публікою, а також розширюють горизонти знань та розвитку культурної освіти [1].

#### 2. Вебінари та лекції.

Проведення вебінарів та онлайн-лекцій у соціальних мережах стало ефективним інструментом для популяризації знань та розширення культурно-освітнього простору.

Однією з переваг проведення вебінарів у соціальних мережах є їхня доступність та гнучкість. Це робить навчання більш доступним та зручним для широкого кола людей, незалежно від їхнього розташування або графіку.

Крім того, вебінари та лекції у соціальних мережах сприяють взаємодії між спеціалістами та аудиторією. Учасники можуть ставити питання, обговорювати тему, ділитися власним досвідом та думками. Це сприяє активному обміну ідеями та розвитку культурного та наукового співтовариства [4].

### 3. Організація конкурсів та акцій.

Організація конкурсів та акцій у соціальних мережах є ефективним інструментом для залучення уваги громадськості до культурних подій та стимулювання творчості серед користувачів. Ці ініціативи можуть включати різноманітні формати конкурсів, такі як малюнки, літературні твори, фотографії або відеоролики, що дозволяє адаптувати їх під інтереси та можливості аудиторії [2].

Отже, організація конкурсів та акцій у соціальних мережах є важливим інструментом для просування культурних ініціатив, стимулювання творчості та активізації громадськості у культурному житті. Ці заходи сприяють розвитку культурно-творчого середовища та залученню уваги до різноманітних культурних подій і заходів.

### 4. Створення спеціалізованих сторінок та груп.

Створення спеціалізованих сторінок та груп у соціальних мережах є важливим інструментом для обміну досвідом, ідеями та співпраці між зацікавленими особами в різних галузях культури, науки та мистецтва. Ці спільноти збирають людей, які цікавляться конкретною тематикою, і створюють сприятливу атмосферу для взаємодії та обміну інформацією.

Однією з переваг створення спеціалізованих сторінок та груп є їхня спроможність об'єднувати людей із різних куточків світу, які мають спільний інтерес до конкретної теми. Це створює можливості для обміну різноманітним досвідом, поглядами та ідеями, що сприяє розвитку спільноти та збагаченню знань учасників [3].

Крім того, спеціалізовані сторінки та групи створюють платформу для співпраці та партнерства між учасниками, що дозволяє спільно працювати над проєктами, організовувати події та заходи, а також об'єднувати зусилля для досягнення спільних цілей.

### 5. Підтримка освітніх ініціатив.

Підтримка освітніх ініціатив у соціальних мережах відіграє ключову роль у підвищенні рівня освіченості та розвитку професійних навичок користувачів. Розповсюдження інформації про освітні програми, безкоштовні курси, відкриті лекції та інші освітні ресурси надає можливість людям отримати доступ до нових знань та навичок незалежно від їхнього фізичного місця перебування або соціального статусу.

Один із ключових аспектів підтримки освітніх ініціатив у соціальних мережах полягає в їхній доступності та широкому охопленні аудиторії. Люди можуть легко отримати доступ до інформації про навчальні можливості, відкриті лекції та курси, просто переглядаючи свій стрічку в соціальній мережі. Це робить освітні ініціативи більш доступними та зручними для широкого кола користувачів.

Крім того, підтримка освітніх ініціатив у соціальних мережах сприяє створенню сприятливого середовища для обміну досвідом та

знаннями між учасниками. Користувачі можуть обговорювати матеріали, ділитися власним досвідом та порадами, що допомагає їм краще засвоювати інформацію та розвивати свої навички.

Отже, підтримка освітніх ініціатив у соціальних мережах відіграє важливу роль у розширенні доступу до освіти та забезпеченні навчання для всіх, сприяючи підвищенню рівня освіченості та розвитку професійних компетенцій користувачів [5].

Реалізація культурно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах дозволяє досягти широкої аудиторії, включаючи людей різного віку, соціального статусу та географічного розташування. Такі проєкти сприяють популяризації культурних досягнень, наукових відкриттів та розвитку освітніх ініціатив, а також забезпечують можливість для взаємодії та обміну думками між користувачами, що сприяє розвитку культурного діалогу та взаєморозуміння.

#### **Список використаних джерел**

1. Антонюк О. В. Менеджмент культурно-мистецької сфери. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2011. № 2. С. 104-110.
2. Ашаренкова Н. Г. Термінологічна культура як складова професійної компетентності менеджера. Збірник статей НАКККиМ, К., 2013. С. 32-38.
3. Безгін Г., Бернадська Г. Актуальні питання підготовки фахівців з мистецького менеджменту. Мистецтвознавство України. 2013. Вип. 13. С. 133-138.
4. Бриль М. М. Менеджер соціокультурної діяльності як суб'єкт інновацій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. URL : [https://www.researchgate.net/publication/3280630\\_menedzer\\_sociokulturnoi\\_dialnosti\\_ak\\_sub%27ekt\\_innovacij](https://www.researchgate.net/publication/3280630_menedzer_sociokulturnoi_dialnosti_ak_sub%27ekt_innovacij) (дата звернення: 20.04.2024).
5. Максимчук М. В. Проблеми функціонування та розвитку мережі закладів культури в об'єднаних територіальних громадах Львівщини. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. Вип. 4 (126). С. 32-37.
6. Максимчук М. В., Попадинець Н. М. Особливості децентралізації сфери культури територіальних громад. Розвиток соціальної сфери територіальних громад в умовах адміністративно-фінансової децентралізації. Львів: ІРД НАН України, 2018. С. 61-86.
7. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях: навчальний посібник / за заг. ред. Балашова А. М., Мошека Г. Є. К.: Алерта, 2018.

*Данченко Зоряна Олександрівна  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККиМ  
bkd1120.zdanchenko@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Дячук Валентина Павлівна,  
кандидат культурології, заслужений працівник культури,  
доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККиМ*

## **Маркетингові стратегії в соціокультурному менеджменті**

В умовах трансформації економічних відносин, реформування та модернізації підприємств України зростає значення такої галузі економічних знань, як маркетинг. Сьогодні, працюючи в умовах конкуре-

нції, фірмам доводиться розв'язувати складні питання, пов'язані з виробництвом, ціноутворенням, збутом та просуванням товарів і послуг. Методи маркетингової діяльності потребують ґрунтовних знань правил ведення бізнесу, стратегічного мислення, постійної аналітичної роботи. Маркетинг як функція управління, крім спеціальних знань, передбачає практичні навички в різних суміжних галузях, на що слід спрямувати підготовку сучасного фахівця. Маркетингова підготовка забезпечує знаннями, потрібними для дослідження і прогнозування ринку, його можливостей та ризиків для конкретного підприємства, надає можливість формувати інвестиційно інноваційну діяльність фірми.

Соціокультурний менеджмент – це сучасна галузь управління, що вивчає взаємозв'язок між культурою, суспільством і бізнесом. У сучасному світі, де культурна різноманітність стає все більш важливою, розуміння соціокультурного середовища стає ключовим фактором успіху для бізнесу. Використання маркетингових стратегій в соціокультурному менеджменті дозволяє компаніям ефективно адаптуватися до різноманітних культурних контекстів і задовольняти потреби різних соціокультурних груп споживачів [1].

Сучасне суспільство характеризується великою культурною різноманітністю та швидкими змінами в соціально-культурному середовищі. У зв'язку з цим, успішне впровадження маркетингових стратегій вимагає глибокого розуміння соціокультурних аспектів. Прийняття маркетингових принципів культурними установами та компаніями культурної індустрії не означає, що ми можемо застосувати ту саму маркетингову концепцію до них. Специфіка продукції, яку пропонують заклади культури, часто призводить до ситуації, коли орієнтація на продукт має перевагу над орієнтацією на ринок. Здається, що у випадку інституцій, які створюють твори мистецтва (основна мистецька діяльність), це правильний фокус (інакше ми маємо справу не з мистецтвом, а радше з розвагами). Проте ситуація виглядає інакше щодо інституцій, які поширюють твори мистецтва (інші основні мистецькі види діяльності), де предметом обміну є переважно безперечні твори мистецтва. Тут, без шкоди для самого художнього твору, споживачі можуть брати участь у розробці пропозиції призначені для них, або, нарешті, щодо індустрій культури, які не є некомерційними організаціями, їх діяльність є суто комерційною. Відправною точкою для інституцій культури та компаній культурної індустрії в цій моделі є не продукт, а ринок – потреби споживачів [2].

Організації на основі попередніх досліджень ринку отримують інформацію про, наприклад, переваги споживачів щодо пропозиції, їхніх очікувань щодо ціни, методів розповсюдження, виду інформації про продукт, який споживач очікує, або персоналу. Ця інформація зберігається в системі маркетингової інформації, де вона підлягає ана-

лізу, в результаті чого організація отримує цінні знання, необхідні для подальших дій. За отриманою інформацією проводиться сегментація ринку. Потім, керуючись очікуваннями та потребами клієнта, готується відповідна пропозиція, а також заходи маркетинг-мікс. Після розробки відповідних функціональних стратегій продукт виводиться на ринок. Використання моделі маркетингу, орієнтованої на ринок, є цілком виправданим для підприємств у індустрії культури; однак слід пам'ятати, що у випадку культурних закладів вплив ринкових умов на створення культурної пропозиції часто призводить до включення вистав, концертів і фестивалів, які є більш комерційними – ближчими до розваг, тобто кабаре, комедії, мюзикли, музика до фільмів. Цим формам мистецтва надає перевагу широка громадськість і вони є важливими для покращення фінансового стану установи. Проте такий вибір репертуару не може йти на шкоду загальному рівню мистецтва [3].

Тому завданням керівників закладів культури є проведення політики формування культурної пропозиції таким чином, щоб концерти, вистави, виставки тощо, підготовлені для широкої аудиторії, дозволяли також фінансувати вистави, концерти та виставки. з яких більш «складні», часто авангардні та інноваційні. Така політика формування пропозиції може використовувати методи маркетингового портфолію, в тому числі матрицю, де критеріями поділу товарів на групи є їх привабливість, з одного боку, і конкурентна ситуація (у тій чи іншій галузі мистецтва) з іншого боку [4].

Ринкові критерії вибору репертуару повинні бути підкріплені (доповнені) мистецькими критеріями, а вже потім концертами, виставами та виставками, які відіграють фундаментальну роль у досягненні фінансових дохід можна визначити. Перед тим як розробляти маркетингові стратегії, необхідно зрозуміти культурні та соціальні особливості місцевого ринку. Це включає вивчення культурних традицій, цінностей, мови, релігійних переконань, та інших аспектів культури, які впливають на споживання товарів і послуг. Розуміння цих аспектів допомагає компаніям адаптувати свої стратегії до конкретного соціокультурного контексту. На основі аналізу соціокультурного середовища, компанії можуть адаптувати свої маркетингові стратегії для кожного регіону чи культурної групи. Це може включати зміни в продукції, ціні, розподілі та просуванні товарів та послуг. Наприклад, вони можуть використовувати різні мови або символи в рекламі, враховуючи культурні відмінності. Крос-культурний маркетинг – це підхід, що передбачає використання схожих або загальних аспектів культури для розвитку глобальних маркетингових кампаній. Наприклад, бренд може створити універсальну рекламну кампанію, яка буде ефективно працювати на різних ринках, використовуючи загальноприйнятні цінності чи символи. Успішні маркетингові стратегії в соціокультурному менеджменті передбачають культурну чутливість. Компанії по-

винні бути уважними до потенційних культурних конфліктів та непорозумінь, щоб уникнути негативного впливу на своє бізнес. Вони також повинні враховувати культурні особливості в управлінні власним персоналом та взаємодії зі споживачами. Маркетингові стратегії в соціокультурному менеджменті відіграють ключову роль у створенні успішного бізнесу в умовах культурної різноманітності та глобалізації. Розуміння соціокультурного середовища, адаптація стратегій, кроскультурний маркетинг та культурна чутливість – це лише деякі з принципів, які допомагають компаніям ефективно взаємодіяти з різними культурними групами та забезпечити свій успіх на ринку [5].

#### **Список використаних джерел**

1. Кігган, В., Грін, М. Глобальний маркетинг. К.: Видавництво Наш Формат, 2020. С. 123-124.
2. Гуменик, Н. М. Маркетинг. К.: Центр навчальної літератури, 2021. с. 350.
3. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. К. : КНЕУ, 2022. 152 с.
4. Войнович С.Я., Потапюк, І.П. Сутність і зміст поняття «маркетингова стратегія» // Економіка і регіон, 2021. № 4 (31). ПолтНТУ. С. 77-81
5. Карп В.С. Основні напрями розвитку маркетингових стратегій на українському ринку послуг // Актуальні проблеми міжнародних відносин, 2021. № 95. Ч. II. С. 72-77.

*Дерев'янка Юлія Вікторівна*

*здобувачка кафедри артменеджменту*

*та івент технологій НАКККіМ*

*bkd1120z.uderevyanko@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Святненко Анна Василівна*

*кандидат історичних наук, доцент кафедри артменеджменту*

*та івент-технологій НАКККіМ*

### **Організація театральних фестивалів у роки великої війни росії проти України**

Театральний фестиваль, як соціокультурне явище є важливою складовою розвитку й підвищення духовного та культурного рівня суспільства в країні. В останні десятиліття театральний фестивальний рух набув різних напрямів розвитку та форм існування. Найбільшої популярності досягли фестивалі за такими жанрами як монодрами, комедії, сценічних мистецтв, першопрочитання лялькові. Кожний захід в своєму жанрі, має свої особливості, оскільки у кожного своя історія створення, сформовані традиції, свої мета, побудова кожного фестивалю індивідуальна, вона відбувається під впливом економічних, культурних, побутових, соціальних чинників тощо.

Фестивальний театральний рух став масовим явищем, чисельні заходи міжнародного, всеукраїнського, обласного рівнів відбувалися в різних регіонах країни. За приблизними підрахунками дослідників (конкретних статистичних відомостей немає, чи дослідник їх не знайшов)

тільки провідних театральних фестивалів нараховувалось понад двохсот [4]. Через певні причини частина з них мала коротке життя, не затрималась в мистецькому полі, але фестивалі з потужним творчим потенціалом, належним організаційним супроводом мали успіх, привернули увагу широкої громадськості, стали популярними і традиційними.

Події, що переживала країна останні десятиліття: пандемія, війна, що її розпочала росія проти України в 2014 р., велика війна (з 24 лютого 2022р.) порушили динамічний ритм розвитку, в тому числі значною мірою вплинули на весь спектр культурно-мистецького заходів, змінили їх характер, змістову наповненість, масштаби проведення, фінансову спроможність тощо.

Зрозуміло, що під час війни фестивальний рух значно загальмував свій рух, але не припинив існування. В 2022 році було організовано і проведено 8 фестивалів, 2023 року таких заходів стало вже 15. Серед тих, хто продовжив фестивальну традицію можна назвати такі міжнародні заходи: театральний фестиваль «Мельпомена Таврії» (Одеса), фестиваль українського театру «Схід-Захід» (м. Краків, Польща), фестиваль моновистав (м. Ужгород), театральний фестиваль «Ното Ludens 12+1» (Миколаївський академічний художній драматичний театр, м. Миколаїв), театральний фестиваль «Золотий Лев» (м. Львів), Міжнародний фестиваль-конкурс мистецтв «Ukr West Art Fest» (м. Трускавець), Всеукраїнські: фестиваль дитячих та молодіжних театральних колективів «Мельпомена Fest» та фестиваль театального мистецтва «Зірки Мельпомени» (м. Хмельницький) тощо [3].

Зупинимось на деяких з них. Всеукраїнський театральний фестиваль-Премія «Гра» започаткований 2018р., його засновником та організатором виступає Національна спілка театральних діячів України. 2022р. фестиваль не проводився. 2023р., V Всеукраїнський театральний Фестиваль Премія Гра за рішенням оргкомітету фестиваль проводився за результатами двох календарних років: 2021 і 2022. Організатори заходи, до основних шести номінацій, а саме: за найкращу драматичну виставу; за найкращу музичну виставу у жанрі опери- оперетти-мюзиклу; за найкращу виставу для дітей; за найкращу виставу камерної сцени (до 150 осіб); за найкращу хореографічну-балетно-пластичну виставу; за найкращу пошуково-експериментальну виставу додали сьому «За найкращу виставу-рефлексію на події російсько-української війни» [6].

Попри відсутність нормальних умов для життя і творчості, в умовах війни, театри активно долучились до заходу, надали на розгляд експертів 134 різножанрові сценічні проекти. З них було відібрано 32 вистави, які потрапили до лонг-листа. Після перегляду їх наживо, експертна рада сформувала шорт-лист з 14 вистав.

На фестивалі були представлені театри з усіх областей України, окрім Закарпаття та Криму. Подали заявку на участь навіть театри з



Луганської та Донецької областей, які переїхали і працюють в Сумах й Ужгороді.

Журі фестивалю визнало найкращою драматичною виставою року «Зерносховище», Рівненського обласного академічного музично-драматичного театру режисера М. Голенка. Кращою камерною виставою визнана «Білка, яка прожила 100 років» (Київського академічного театру «Золоті ворота, режисер С. Жарков). В новій номінації «За найкращу виставу-рефлексію на події російсько-української війни» переможцем визнано виставу «Нехай щастить» Харківського державного академічного український драматичний театр ім. Т.Г. Шевченка, режисер С. Пасічник [1].

Не можна обійти увагою регіональний фестиваль комедії «Золоті оплески Буковини». Він заснований 2003р. і проходить щорічно у листопаді місяці на базі Чернівецького академічного обласного музично-драматичного театру ім. Ольги Кобилянської. 2023р. фестиваль приурочено до 160-річчя від дня народження Ольги Кобилянської. Центральною темою фестивалю визначено «Комедія в театрі під час війни». Запрошення отримали театри з прифронтових міст: Одеси, Херсона, Харкова. Вони розповідали історії, як їм вдається в страшних умовах зберігати гумор і не втрачати віру. Фестивальний тиждень відкрили актори Луганського обласного академічного українського музично-драматичного театру виставою з промовистою назвою «Їх там нет» [5]. Закрив фестиваль Національний академічний драматичний театр Івана Франка виставою «Конотопська відьма». На фестивалі свої вистави представили Харківський театр «P S» «Чоловік моєї дружини», Харківський державний академічний український драматичний театр ім. Т. Шевченка «Нехай щастить», Дніпровський драматичний молодіжний театр «Вірино» «#поїхати не можна залишитись» тощо.

Репертуар фестивалю був багатограним: комічна комедія, водевіль, пародія, феєрія, трагікомедія тощо.

2023 р. після дворічної перерви відновив свою діяльність Міжнародний фестиваль моновистав «Монологи над Ужем». За словами його організатора М. Носа: «Це нагода виступити для театрів із Херсона, Миколаєва та Одеси, міст, де постійні російські обстріли не вщухають й актори та режисери не можуть нормально працювати. Та й для людей театр дає нагоду відновити ментальне здоров'я та духовні сили, не зважаючи на те, що теми вистав – переважно про війну та людські долі під час війни [2]. На фестивалі представлено 11 вистав, 7 з них на військову тематику. Вистави відбувалися в Закарпатському обласному музично-драматичному театрі ім. братів Шерегіїв і в ужгородському театрі «Бавка». Моновистави представляли закарпатські та львівські театри, міжнародні учасники – відомі актори з Польщі і Словаччини Матеуш Новак і Петер Чижмар. Цікавим видався спільний проєкт українських та французьких митців – вистава «Ця бісова гірка прав-

да». Головний виконавець французький актор Ніколя Ізамбар грав роль онлайн у супроводі українських субтитрів.

Певним сюрпризом для глядачів стало те, що вистава Херсонського театру «Кицька на спогад про темін» відбувалася в Ужгородському замку. Під час вистави акторка готувала борщ, яким пригощала гостей після закінчення.

Традиційними стали заходи, що проводяться в рамках фестивалю: майстер-класи, круглі столи, творчі зустрічі, презентації наукових видань з питань театру.

Попри свій молодий вік фестиваль є доволі відомим і популярним. Організатори надають належне рекламі, активно використовують соцмережі: Facebook, Telegram та Instagram, задалегіть інформують громадськість про мистецьку подію.

Отже, попри надскладні умови, в яких перебуває Україна через російсько-українську війну культурно-мистецьке життя не припинилось. У вітчизняному театральному просторі продовжують проходити різні за видами, змістом і жанрами фестивалі. Фестивалі є різними за своїми масштабах: від невеликих, місцевого, регіонального рівня до масштабних, що мають статус міжнародних. Проста статистика свідчить про кількісну перевагу Всеукраїнських та Міжнародних форумів. Через накопичений досвід організації, кращі фінансові можливості, вже набуту популярність і гарний імідж фестивальний рух не залишався без уваги громадськості. До участі у фестивалях активно долучалися театри з прифронтових територій, тематика заходів акцентувалася на болючих питаннях сьогодення: війні, скалічених долях людей, мужності і незламності простих людей, героїзмі українських захисників.

### Список використаних джерел

1. Андреева В. Театральний фестиваль-премія «Гра» 2023 оголосив переможців. Українська правда 10 грудня 2023р. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2023/12/10/258218/> (дата звернення: 17.03.2024).
2. В Ужгороді стартує театральний фестиваль «Монологи над Ужем»- що у програмі УКРІНФОРМ 9.08.23. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3760765-v-uzgorodi-startue-teatralnij-festival-monologi-nad-uzem-so-u-programi.html> (дата звернення: 18.03.2024).
3. 2023 у театрі. URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/2023\\_%D1%83\\_%D1%82%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/2023_%D1%83_%D1%82%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D1%96) (дата звернення 7.03.2024).
4. Карпаш О. М. Театральні фестивалі в культурно-мистецькому житті України кінця ХХ — початку ХХІ століття: історія, типологія, тенденції розвитку: дис. ... канд. мистецтвозн. : 26.00.01 «Теорія та історія культури» / ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Івано-Франківськ, 2019. 275 с.
5. Наш обласний академічний музично-драматичний театр взяв участь у фестивалі в Чернівцях 28 лист. 2023р. URL : [https://loga.gov.ua/oda/press/news/nash\\_oblasniy\\_akademichniy\\_muzichno\\_dramatichniy\\_teatr\\_vzyav\\_uchast\\_u\\_festivali\\_v](https://loga.gov.ua/oda/press/news/nash_oblasniy_akademichniy_muzichno_dramatichniy_teatr_vzyav_uchast_u_festivali_v) (дата звернення 19.03.2024).
6. Підсумки V Всеукраїнського театального Фестивалю-Премії ГРА. URL : <https://nstdu.com.ua/festival/pidsumki-v-vseukrayinskogo-teatralnogo-festivalyu-premiyi-gra/> (дата звернення: 25.03.2024).

**Жосонар Владислав Віталійович**  
здобувач кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
felix.mogityan@gmail.com

Науковий керівник: **Шевченко Наталія Олександрівна**,  
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент технологій НАКККіМ

## **Центри концертно-фестивальних програм у системі забезпечення сучасних культурних протреб громадян**

У сучасному світі культура відіграє ключову роль у формуванні та розвитку суспільства. Культурні заходи, такі як концерти та фестивалі, стають не лише засобом розваг, але й важливим чинником у вирішенні різноманітних культурних проблем громадян. У цьому контексті центри концертно-фестивальних програм виступають важливими інституціями, які забезпечують доступ громадян до різноманітних культурних подій та заходів.

Центри відіграють важливу роль у культурному та соціальному середовищі, активно взаємодіють та залучають до своєї діяльності представників культурного життя новоутворених громад, впливаючи на розвиток місцевої спільноти та відповідаючи потребам у задоволенні сучасних культурно-мистецьких аспектів життя. Особливо під час воєнної агресії, центр та інші культурні установи змінюють свою стратегію, щоб підсилити важливість концертно-фестивального руху у підтримці українців різних соціальних та вікових груп.

Концертно-фестивальні заходи у XXI столітті дають можливість соціуму задовольнити свої соціальні, творчі, комунікативні та інші потреби, спрямовані на духовний розвиток особистості. Фестивалі та конкурси виконують широкий спектр функцій, включаючи творчу, соціальну, пізнавальну, інформаційну, рекреаційну, розважальну, ціннісно-орієнтовану, просвітницьку, естетичну, рефлексивну, регулюючу, виховну, навчальну, релаксаційно-естетичну, ігрову, історичну, інтеграційну, креативно-презентаційну, а також функції культурної пам'яті, міжкультурного діалогу, карнавалізації свідомості, збереження та популяризації культурних надбань, соціалізації, трансляції культурних цінностей і смислів та інші [1, 118].

Без такої рушійної сили як культура, що стимулює розвиток творчих, мистецьких здібностей та дозволяє свідомо бачити всі важливі речі, піднявши людину над обставинами, народ дуже легко роз'єднати [2]. Особливо на руку це тим, хто так і хоче бачити його слабким. Бо саме в народ, позбавлений культури, легко сіяти ворожнечу і використовувати його в своїх брудних намірах. Це можемо простежувати, аналізуючи ситуацію з повномасштабним вторгненням, бо саме цього і прагне ворог. Але саме культура не дає їм цього зробити, оскільки має

дуже потужний інтегруючий вплив, є своєрідною етноформуючою та етнозахисною основою [3].

Сфера культури сьогодні є вагомим рушієм відродження національної ідентичності, формування іміджу та просування бренду українськості, як в межах України, так і на міжнародному рівні, а також донесення правдивої інформації про історію та сучасність, з огляду на масову дезінформацію. Ці завдання мають виконуватись поряд із відновленням, підтримкою та оновленням культурної галузі.

Війна створила безліч труднощів для нашої країни, проте разом з тим, вона стала каталізатором єднання нашого народу для досягнення спільної мети – перемоги. Центри культурно-фестивальних програм не залишилися осторонь, активно долучаючись до підтримки Збройних Сил України та мирного населення. Культура виявилася потужним інструментом здатним повернути українців до нормального життя в умовах воєнного конфлікту та надихнути на перемогу.

Культурні заходи, такі як концерти та фестивалі, стають не лише засобом розваг, але й важливим чинником у вирішенні різноманітних культурних проблем громадян. Центри концертних та фестивальних програм, будучи ключовим аспектом культурного життя регіону, відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні культурного обличчя міста чи району. Їх присутність є важливим ланцюжком у системі культурних цінностей, сприяє розбудові творчих індустрій, утвердженню та збереженню культурної ідентичності, а також стимулює соціальний розвиток населення.

Розглядаючи чинники впливу Центрив на розвиток творчих індустрій, варто відмітити наступне: 1) програми, концерти, фестивалі та інші події створюють унікальну платформу для виступів митців, відкриваючи нові можливості для їхнього професійного розвитку та співпраці з іншими творчими особистостями, допомагаючи їм реалізувати свої творчі амбіції та виконувати важливу роль у культурному житті країни; 2) центри концертних та фестивальних програм мають великий вплив на формування культурної ідентичності спільноти, оскільки їх різноманітні заходи дозволяють представникам різних соціальних груп відчувати себе частиною спільної культурної спадщини, створюють можливість для взаєморозуміння та взаємодії між різними культурними традиціями; 3) Кожен регіональний Центр концертних та фестивальних програм виступає як каталізатор соціального розвитку населення, стимулює розвиток місцевої економіки через залучення туристів та інвесторів, а також створює нові робочі місця в сфері культури та мистецтва. Крім того, активна участь у культурних подіях може сприяти покращенню фізичного та психологічного здоров'я населення, забезпечуючи місцевій спільноті додаткові можливості для соціальної активності та самовираження.

Культурно-мистецька діяльність центрив сприяє проведенню між-

народних культурних обмінів і стажувань, а також просуванню вітчизняного мистецтва, інтеграцію до світового культурного простору та популяризацію національної музичної культури. Паралельно з цим, Центри концертних та фестивальних програм здійснюють значну освітню роботу, спрямовану на формування національної свідомості та популяризацію культурних та мистецьких програм серед різних верств населення, яка включає проведення навчальних програм, лекцій, майстер-класів, а також науково-методичну діяльність, спрямовану на створення бази для культурно-мистецьких установ та організацій.

Таким чином, Центри концертних та фестивальних програм є невід'ємною складовою системи культурного життя країни та відіграють важливу роль у сприянні розвитку культури та мистецтва. Їх вплив на творчість, культурну ідентичність та соціальний розвиток населення непереоцінений, і він продовжує бути ключовим ланцюжком у забезпеченні різноманітності та багатства культурних цінностей.

#### Список використаних джерел

1. Поліщук А.В., Сабрі С.С. Інструментальні конкурси в сучасному мистецькому дискурсі // *Культура і сучасність*. 2019. № 2. С. 116–120.
2. Поняття і значення культури в сучасному суспільстві. URL : <https://studies.in.ua/soc-ekzam/3260-ponyattya-znachennya-kulturi-v-chasnomususplstv.html>. (дата звернення 01.05.2024).
3. Яке значення має культура для нашого життя? URL : <https://www.pravda.com.ua/columns/2015/03/23/7062428/>. (дата звернення 01.05.2024).

#### *Zadorozhna Yasna*

*Studentin der Fakultät für Kunstmanagement und Event-Technologie an der Nationaler Akademie der Kultur- und Kunstmanagement.  
Wissenschaftliche Betreuerin: Holovach Nataliia,  
PhD in Philosophie, Assistenzprofessorin an der Fakultät für Kunstmanagement und Event-Technologie an der Nationaler Akademie der Kultur- und Kunstmanagement,  
Kyjiw, Ukraine*

### **Vereine in der Struktur der Freizeitgestaltung und Bildung der Schweizer Jugendliche: Geschichte und Gegenwart**

Vereine prägen das Leben der Menschen in der Schweiz von der Wiege bis zur Bahre: Vom Geburtshaus über die Spielgruppe, über den Chor und den Sportclub bis schliesslich zum Club für Senioren – hinter allem steht ein Verein [2].

Das Wort «Verein» nimmt ihren Ursprung vom Verb «vereinen», was «eins werden» und etwas «zusammenbringen» bedeutet. Der Verein bezeichnet eine freiwillige und auf Dauer angelegte Vereinigung. Ein Verein wird meistens von Personen gegründet, die gemeinsame Hobbys

und Ideen haben. Die Mitglieder eines Vereins verfolgen zusammen ein bestimmtes Ziel. Die am meisten verbreiteten Vereine in der Schweiz sind die Sportvereine.

Der Verein ist eine Rechtsform, die sich nur für nicht wirtschaftliche, nicht gewinnorientierte Zwecke eignet. Aber auch ein Verein darf wirtschaftlich tätig sein, um seinen ideellen Zweck zu erreichen [4].

Das 19. Jahrhundert wird in der Schweiz oft als «Jahrhundert der Vereine» bezeichnet. Vereine entstanden in grosser Anzahl als neue Formen der Geselligkeit der sich entwickelnden bürgerlichen Gesellschaft. Während des gesamten 19. Jahrhunderts wurden in der Schweiz mindestens 30'000 Vereine gegründet [5]. Laut dem Bundesamt für Statistik betrug die Bevölkerung der Schweiz Ende des 19. Jahrhunderts etwa 3,3 Millionen Einwohner, womit 110 Einwohner auf einen Verein kamen [3].

Nach dem ersten und zweiten Weltkrieg entwickelten sich Anzahl und Art der Vereine in der Schweiz im engen Zusammenhang mit demographischen, wirtschaftlichen und politischen Wiederaufbau und Aufstieg. Die Welle der Vereinsgründungen erreichte um die Wende zum 20. Jahrhundert ihren Höhepunkt.

Die Vereine dienten nicht nur der Freizeitgestaltung, sondern haben auch ein Raum für die Kommunikation mit Gleichaltrigen angeboten. Damals waren viele Vereine nach Geschlechtern getrennt: Mädchen von Jungen, Frauen von Männern. Trotzdem gab es viele Veranstaltungen, die weibliche und männliche Vereine zusammenbrachten. Viele Menschen lernten in den Vereinen ihren Lebenspartner kennen, weil es eine der wenigen Möglichkeiten war, mit dem anderen Geschlecht zu kommunizieren.

In Vereinen konnten die jungen Leute angemessene Umgangsformen üben und demokratische Normen kennenlernen, da die Organisation der Vereine eine gewisse Hierarchie und strikte Regeln erfordert.

Nach Art. 23 BV hat jede Person das Recht, Vereinigungen zu bilden und/oder sich daran zu beteiligen. Hingegen darf niemand gezwungen werden, einer Vereinigung beizutreten oder anzugehören. Ein Verein ist eine juristische Person, die in Art. 60 ZGB als körperschaftliche Personenverbindung bezeichnet wird [7].

Ein Verein benötigt schriftliche Statuten, damit er gültig gegründet werden kann.

Kapital muss bei der Vereinsgründung nicht vorhanden sein. Sobald die Gründungsmitglieder die Statuten genehmigt haben, existiert ein Verein.

Zur Organisation des Vereins gehören die gesetzlich vorgeschriebenen Organe. Jeder Verein braucht eine Vereinsversammlung und einen Vorstand. Falls die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind, muss zusätzlich eine Revisionsstelle gewählt werden.

Die Vereinsversammlung (oft auch Generalversammlung oder

Mitgliederversammlung genannt) ist das oberste Organ des Vereins (Art. 64 Abs. 1 ZGB). Sie wird vom Vorstand einberufen. Der Vorstand besorgt die Geschäftsführung und die Vertretung des Vereins nach aussen (Art. 69 ZGB). Er ist dabei an die Befugnisse gebunden, die ihm die Statuten einräumen. Der Vorstand kann aus beliebig vielen Mitgliedern bestehen, jedoch braucht es immer mindestens ein Vorstandsmitglied [1].

Vereine tragen auf der Grundlage ihrer Strukturprinzipien das Potenzial in sich, politische Bildung wirklichkeitsnah zu vermitteln. Sie können Demokratie direkt umsetzen und sind damit Orte von non-formaler Bildung [6]. Vereine gelten als Schulen der Demokratie, wo die Grundregeln einer Staatsbürgerrolle eingeübt werden können [8]. Sie gestalten ein Umfeld, in dem die Mitglieder lernen können, miteinander zu kommunizieren, zu kooperieren und Verantwortung auf Gemeinschaftsebene zu übernehmen. Darüber hinaus sind die Mitglieder von Vereinen politisch engagierter und haben im Allgemeinen ein grösseres Bewusstsein für den gesellschafts-politischen Kontext.

Vereine sind deshalb so attraktiv, weil sie die Möglichkeit bieten, etwas Neues zu lernen, eine neue Freizeitbeschäftigung zu finden und neue Freundschaften zu knüpfen, ohne zu viele Risiken einzugehen. Vereine sind Organisationen, die gewisse Garantien bieten, wo die Mitglieder aber zeitlich und finanziell nicht verpflichtet sind, was die Aufmerksamkeit der jüngeren Menschen gewinnt.

Vereine waren früher eine der attraktivsten Möglichkeiten für junge Menschen, ihre Freizeit zu verbringen und neue Leute kennenzulernen. Mit der Entwicklung der Technologien, der Globalisierung und der gesellschaftlichen Entwicklung haben Vereine Schwierigkeiten, neue junge Mitglieder zu finden, die diese Vereine erhalten würden. Im 21. Jahrhundert finden junge Menschen Alternativen, ihre Freizeit zu gestalten, darum sinken die Mitgliederzahlen der Vereine. Trotzdem bleiben die Vereine ein grosser Teil der Kultur und spielen eine wichtige Rolle im Bildungs- und Freizeitleben der Schweizerinnen und Schweizer. Sie bringen Generationen zusammen und bieten die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Vereine bringen politisch und gesellschaftlich engagierte junge Menschen hervor, die eine Grundlage für die weitere Entwicklung und das Gedeihen der Schweizer Demokratie bilden.

#### **Literaturverzeichnis**

1. Blasucci M. Die Organisation des Vereins nach Schweizer Recht. Startups.ch – Blog, 2015. 22. Mai. URL : <https://blog.startups.ch/die-organisation-des-vereins-nach-schweizer-recht/> (дата звернення: 19.04.2024).
2. Boss S. Der Verein als Schule der Schweizer Demokratie. Swissinfo.ch (SWI). 2017. 3. Dezember. URL : [https://www.swissinfo.ch/ger/demokratie/demokratie-schweiz\\_der-verein-als-schule-der-schweizer-demokratie/43717440](https://www.swissinfo.ch/ger/demokratie/demokratie-schweiz_der-verein-als-schule-der-schweizer-demokratie/43717440) (дата звернення: 15.04.2024).
3. Bundesamt für Statistik. URL : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home.html> (дата звернення: 16.04.2024).
4. Camponovo C., Graf M. Merkmale des Vereins. Vitamin B, Mai 2019. URL : <https://www.vitaminb.ch/uploads/media/default/1550/Merkmale%20des%20Vereins2019.docx.pdf>

- f (дата звернення: 22.04.2024).
5. Erne E., Gull T. Vereine. Historisches Lexikon der Schweiz (HLS), 2014. 3. Oktober. URL : <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/025745/2014-10-03/> (дата звернення: 16.04.2024).
  6. Riekmann W. Vereine als Orte politischer Bildung. Journal für politische Bildung, Februar 2020. S. 34-37. URL : <https://www.journal-pb.de/blog/vereine-als-orte-politischer-bildung> (дата звернення: 19.04.2024).
  7. Verein gründen: Zu den Anfängen, dem Aufbau und der Organisation. WEKA, 2022. 5. Januar. URL : <https://www.weka.ch/themen/recht/gesellschaftsrecht/andere-gesellschaftsformen/article/verein-gruenden-zu-den-anfaengen-dem-aufbau-und-der-organisation/> (дата звернення: 15.04.2024).
  8. Vereine gelten als Schulen der Demokratie : [Interview mit Prof. Markus Freitag, Ordinarius am Fachbereich Politik- und Verwaltungswissenschaft der Universität Konstanz / Interviewer: Beat Grossrieder]. Neue Zürcher Zeitung (NZZ), 2011. 3. Januar. URL : [https://www.nzz.ch/vereine\\_gelten\\_als\\_schulen\\_der\\_demokratie-ld.964451](https://www.nzz.ch/vereine_gelten_als_schulen_der_demokratie-ld.964451) (дата звернення: 20.04.2024).

**Кара Христіанна Ігорівна**  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
[khristiannakara@gmail.com](mailto:khristiannakara@gmail.com)

Науковий керівник: **Карнов Віктор Васильович**,  
доктор історичних наук, професор, в. о. завідувача  
кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ

## **Музичні фестивалі в умовах військового стану в Україні**

У сучасному суспільстві музичні фестивалі відіграють важливе соціокультурне значення та залишаються найбільш відвідуваними та прибутковими масовими заходами по всьому світу. Перші роки після здобуття Україною незалежності стали плідним періодом для культурно-мистецької сфери країни, саме тоді зародились та набули популярності більшість українських музичних фестивалів. Серед найвідоміших були: «Гаврійські ігри» (Каховка, Херсонська обл.), «Червона рута» (Чернівці, Запоріжжя, Донецьк, Сімферополь, Севастополь, Харків, Київ, Маріуполь), «Республіка Казантип» та Koktebel Jazz Festival (АР Крим), «Війна і мир» (Севастополь). Сьогодні в Україні існує великий попит на ці події, їх кількість продовжує зростати, а тематика розширюватись. Серед найбільш популярних сучасних українських музичних фестивалей можна виокремити Atlas Weekend та UPark Festival (Київ), «Файне Місто» (Тернопіль), Zaxidfest (Львівщина) та Leopold Jazz Fest (Львів) [5]. Попередні дослідження зазначали, що до 2021 року налічувалося понад 50 фестивалів в різних містах України, різного масштабу, різних стилів та жанрів. Музичні фестивалі були однією з найпривабливіших сучасних форм культурного життя в довоєнній Україні, а фестивальна індустрія представляла цілу низку заходів, спрямованих на різні цільові групи [6].



Перші негативні зміни у фестивальному русі стали відчутні після початку російсько-української війни в 2014 році. Певна частка музичних фестивалів, які раніше проводились на територіях, що зазнали окупації, були вимушені припинити свою діяльність. Інші, за можливості, змінили локацію проведення на ту, що була подалі від зони бойових дій.

Проте глобальні зміни у соціокультурній сфері по всій країні відбулися після повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Згідно з указом президента, з 5:30 24 лютого 2022 року в Україні було запроваджено воєнний стан [2]. Ці вимушені рішення обмежили роботу організаторів подій і змусили їх адаптуватися до нових реалій.

Хоч багато фестивалів, запланованих на 2022 рік, були скасовані або перенесені на більш пізні терміни, деякі з них все ж таки відбулися. Вони змінили свій формат, щоб відповідати воєнному стану. Фестивалі могли проходити онлайн або в бомбосховищах [4]. Ці заходи слугували емоційним розвантаженням у такий складний період, сприяли відчуттю єднання та здебільшого мали благодійні цілі. Наприклад, відомий український співак Святослав Вакарчук у квітні 2022 року організував концерт на станції метрополітену в Києві. У той час станція була переповнена людьми, які ховалися від російських обстрілів. Пізніше цю ініціативу підхопили і Київське метро майже на цілий рік стало головним концертним майданчиком країни, слугуючи безпечним місцем проведення десятків заходів.

Музичні фестивалі, як потужний інструмент впливу на соціокультурні цінності суспільства, відіграють особливо важливу роль в умовах війни. Вони згуртовують українців навколо спільної мети, зміцнюючи національну єдність, стимулюють громадську активність та волонтерство, надають платформу для трансляції актуальних ідей та поглядів на велику аудиторію.

Згодом організатори стали все частіше проводити музичні фестивалі офлайн на менших майданчиках та з обмеженою кількістю глядачів. Такі вимоги усунули конкуренцію з відомими масштабними заходами та посприяли виникненню великої кількості нових, більш локальних фестивалів. Серед набираючих сьогодні популярності в Києві музичних фестивалів є «V'YAVA», «Брудний Пес», «Пожежа», «На Часі», «Леся Квартиринка» та інші.

Організація масових дозвіллевих заходів в умовах військового стану вимагає вирішення ряду питань. Наприклад, в таких умовах неможливе проведення концертів та фестивалів у пізній вечірній час через комендантську годину. Хоч до війни це був найбільш поширений період доби для такого роду дозвілля, зараз організатори почали популяризувати денний формат, частіше проводити кількадевні заходи аби компенсувати брак часу. Крім цього, організація подій зараз потребує враховувати заходи безпеки та повідомляти про них аудито-

рію (розташування укриттів, алгоритм дій під час тривоги тощо) [3].

З іншого боку, постає питання, чи етично організовувати розважальні заходи в країні, де йде війна і щодня гинуть люди. Або ж наскільки доречно організовувати заходи в тому форматі, в якому вони організовувалися раніше. Водночас ці культурні події є також важливою підтримкою для українців. Потрібно піднімати нові теми й питання у суспільстві – що таке українська культура поза війною у світовому контексті, повоєнна інклюзія, ментальне здоров'я, діти війни тощо. Проте важливо адаптувати не тільки ідеї, а і метод їх трансляції, переосмислити форми взаємодії з аудиторією з урахуванням теперішнього контексту та травматичного досвіду, який пережили люди. Необхідно утримувати баланс між цими двома елементами [3].

Також зростає кількість музичних фестивалів, спрямованих на підтримку окремих батальйонів або конкретних солдатів та збір коштів на їхню діяльність. Волонтерський рух в Україні вважається одним з найкращих у світі. За даними Стратегічного командування Збройних сил України, на 6 грудня 2023 року, з початку повномасштабної війни, українці внесли понад 100 мільярдів гривень на підтримку армії [1]. Певною мірою, такому результату посприяли музичні фестивалі та концерти, будучи одними з найбільш продуктивних засобів збору коштів. Новим популярним форматом благодійних внесків на музичних фестивалях та інших культурних заходах став «Вхід за донат». Це система оплати, де відвідувачі замість купівлі квитка мають зробити благодійний внесок у фонд чи на конкретний збір.

Музичні фестивалі в умовах військового стану стали способом згуртування українців, підтримки бойового духу, збору коштів для армії та волонтерських організацій. Вони також дають можливість висвітлювати актуальні теми та транслювати українську культуру в світовий контекст. Війна загартувала як організаторів, так і учасників фестивалів, розвинула навичку швидко реагувати на зміни, приймати рішення в умовах невизначеності, бути гнучкими. Незважаючи на труднощі, музичні фестивалі залишаються важливим елементом культурного життя України, даючи людям відчуття єднання, підтримку та віру в майбутнє.

#### Список використаних джерел

1. Допомога армії: скільки коштів задонатили українці на ЗСУ. 2023. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/3040/helping-the-army-how-much-money-ukrainians-have-donated-to-the-armed-forces> (дата звернення : 29.04.2024).
2. Про введення воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 24 лют. 2022 р. № 64/2022 / Президент України. Офіційний вісник Президента України. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> (дата звернення : 28.04.2024).
3. Тимошук М. Культурна та мистецька діяльність під час війни. Велика ідея. 2022. URL: <https://bigggidea.com/practices/kulturna-ta-mistetska-diyalnist-pid-chas-vijni/> (дата звернення : 30.04.2024).
4. Толокольнікова К. Війна і фестивалі. Які події відбудуться попри воєнний стан. Суспільне Культура. 2022. URL: <https://suspline.media/culture/251998-vijna-i-festivali-aki-podii->

- vidbudutsa-popri-voennij-stan/ (дата звернення : 30.04.2024).
5. Харченко М. В. Музичні фестивалі як платформа для презентації музичних проєктів. Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології: матеріали XV Всеукр. наук.-практ., 2023. С. 39.
6. Ясюк Т. Л. Фестивальний рух в Україні: генеза та сучасність. Культурологічний альманах, 2023. № 2. С. 326-331.

*Каретіна Карина Олегівна*  
*здобувачка кафедри артменеджменту*  
*та івент технологій НАКККіМ*  
*bkd1120.kkaretina@dakkkim.edu.ua*  
*Науковий керівник: Філіна Тетяна Вікторівна,*  
*кандидат історичних наук, доцент кафедри*  
*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Особливості функціонування креативних індустрій**

Нині питання креативність стала рушійною силою економічного росту. Можливість конкурувати в умовах глобальної економіки виходить за межі торгівлі товарами і послугами, потоків капіталів та інвестицій [7]. Креативні індустрії у визначенні ЮНЕСКО мають за мету «створення, виробництво і комерціалізацію творчих (креативних) змістів, які за своєю природою є нематеріальними та належать до сфери культури. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і можуть набирати форми продукту чи послуги» [6].

Визначення поняття «креативні індустрії» закріплено в Законі України «Про культуру» як «види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження» [2, с. 41].

Як видно з наведених визначень, в основі креативного продукту лежить нематеріальна складова (ідея, зміст, творчий задум та його реалізація), яка тісно пов'язана із самим творцем або групою творців. Для надання матеріальності та економічного вимірювання креативного продукту необхідним є формування прав інтелектуальної власності, які мають захищати інтереси творця – виробника творчого продукту [4, с. 197].

Дослідження показують, що принциповою відмінністю розвитку креативних індустрій у зарубіжних країнах і в Україні є особливість базових моделей відтворення суспільних форм діяльності і менталітет націй, що вирає у себе все багатство духовної культури місцевих співтовариств, які проживають на тих або інших територіях, обумовлених їх історико-культурними подіями. Тобто, креативні індустрії в Україні – це такий тип соціально-культурних практик, інтегруючою домінантою яких є творча компонента, що часто поєднується з експе-

риментом, новаторством і тому не завжди переслідує комерційні цілі. Зокрема, у експертному середовищі прийнято говорити про те, що в Україні складається інша модель творчих індустрій, яка на відміну від креативних, у своїй основі має «індивідуальний творчий початок, навик або талант», але не завжди несе в собі потенціал створення доданої вартості і робочих місць» у сфері виробництва [1, с. 9].

З точки зору економічного змісту креативні індустрії – це економічна діяльність, заснована на використанні знань, талантів та ідей, втілених у бізнес моделях і технологіях для отримання прибутку та реалізації творчого потенціалу. Креативні індустрії поєднують в собі процес створення, виробництва та комерціалізації креативного контенту, якому притаманний нематеріальний і культурний характер. Креативна економіка найменше залежить від матеріальних ресурсів, тому вона є най динамічнішою щодо створення нових робочих місць, генерування доходів та розвитку експорту. Характерною особливістю креативних індустрій сьогодні є те, що вони розвиваються переважно в містах, особливо в тих, де ринок уже насичений споживчими товарами, функціонує розвинута соціальна сфера та спостерігається високий рівень доходів населення [3, с. 114].

Термін «креативна економіка» вперше був введений в науковий обіг у 2000 році Дж. Хокінсом. Сьогодні поняття «креативна економіка» трактують з трьох позицій: як сектор або галузь світової економіки, як нова концепція чи напрям досліджень, та як певна система специфічних соціально-економічних відносин. Науковці зазначають, що на сучасному етапі не достатньо розглядати креативну економіку лише, як частину світової, яка охоплює діяльність креативних галузей (індустрій), зокрема: реклами, архітектури, мистецтва, дизайну, моди, ремесел, кіно та відео, музики, видавництва, відео та комп'ютерних ігор, телебачення та радіо, театру, фотографії. Розуміння креативної економіки як нової концепції є доцільним з позиції досліджень та наукової діяльності [5, с. 69].

Підсумовуючи можна зазначити, що креативні індустрії – це творчі галузі економіки, які використовують інноваційне мислення та поєднують бізнес, культуру та технології. Вони мають великий потенціал для створення нових товарів та послуг, розширення ринку праці та залучення людської винахідливості. В Україні грають важливу роль у створенні додаткової вартості та сприяють розвитку культурного самовираження. Українське законодавство визнає їх значимість для економіки та культурного розвитку країни. Творчі продукти, яким надано правовий захист інтелектуальної власності, є ключовим компонентом культурного ринку. Ці галузі, як соціокультурні практики, сприяють інноваціям та створенню нових робочих місць, що має позитивний вплив на загальний економічний прогрес країни. Отже, креативність є одним з ключових факторів конкурентоспроможності України у світі.

### Список використаних джерел

1. Антошкіна Л. І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку. Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. Спец. вип. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи : у 2 ч. Ч. 2. К. : КНЕУ, 2011. С. 8-13.
2. Василець М. А. Роль культурних та креативних індустрій у забезпеченні сталого розвитку. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки, 2021. № 6 (1). С. 40-44.
3. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти, 2019. № 3. С. 110-120.
4. Ковальська К. В., Пастушенко Р. М. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у контексті посткризового періоду в Україні. Young Scientist, 2018. № 8 (60). С. 195-200.
5. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Сनियाкова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. Економіка і суспільство, 2018. № 18. С. 67-72.
6. ЮНЕСКО. URL : [http://portal.unesco.org/culture/en/files/0297/11942616973cultural\\_stat\\_EN.pdf/cultural\\_stat\\_EN.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/0297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf) (дата звернення: 30.04.2024).
7. Florida R., Tinagli I. Europe in the creative age. Pittsburgh : Carnegie Mellon Software industry center funding provided by the Alfred P. Sloan foundation, co-published in Europe with Demos, 2004. 48 p.

*Ковтун Єлизавета Анатоліївна*

*здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
bkd1120.ekovtun@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Науменко Оксана Анатоліївна,  
кандидат психологічних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Сучасні креативні простори в системі соціокультурної діяльності на прикладі Молодіжного центру міста Білої Церкви**

У фокусі мого дослідження те, як публічні простори представляють можливість для розвитку мистецтва і культури. Також головною метою дослідження є аналіз виховання молодіжними центрами нових прогресивних лідерів, які можуть брати участь у створенні та розвитку міського середовища та побудові процвітаючої країни.

Починаючи, орієнтовно, з 60-х років минулого століття, в розвинутих країнах активно стало підніматися питання впливу творчості на економічне та соціальне життя людини. Була переосмислена тема креативності як вектора змін у суспільстві. Розвиток креативної інтелекції став одним з пріоритетних завдань для урядів багатьох держав. Але, лише навчальних програм освітніх закладів було недостатньо. Потрібні були осередки творчості, які будуть стимулювати розвиток креативності громадян. Зазвичай, вони були орієнтовані на дітей та молодь до 35 років.

Передбачалося, що система соціокультурної діяльності буде по-

вністю підпорядкована державному регулюванню. Але, в демократично розвинутих країнах від творчої інтелігенції відпочувалися нові гілки – спільноти митців, які пішли по окремому шляху і почали створювати власні креативні кластери.

Такий симбіоз державних і приватних креативних просторів виявився дуже плідним і надихаючим. На початок 90-х років ХХ століття в Америці і країнах західної і центральної Європи почали створюватися приватні креативні простори. Зазвичай, вони базувалися у промзонах, займали найдешевші чи, навіть, звільнені від орендної плати, покинуті приміщення колишніх виробничих цехів чи складів. Через деякий час роботи окремі креативні простори об'єднувалися в цілі артквартали, з власними концертними залами, ресторанами, майданчиками для майстеркласів, антикафе, коворкінгами, репетиційними базами та творчими майстернями тощо.

Зазвичай, це добре продумане середовище, що спонукає людину створювати щось нове, бути товариською і сповненою натхнення. Зараз ці артквартали є місцями туристичного паломництва та щорічно приносять суттєві внески в бюджети місцевих громад [1].

На жаль, важко навіть уявити такі об'єднання на території нашої держави за часів радянського тоталітаризму. В той період будь-який прояв творчості мусив суворо відповідати тогочасним уявленням про соціалістичну особистість. Тому, на теренах колишнього СРСР масово відкривалися центри дозвілля – будинки дитячої творчості, палаци культури, будинки творчої інтелігенції (наприклад, будинки творчості письменників, художників). Зрозуміло, що ідейні засади та методи роботи таких центрів регламентувалися соціальною політикою радянського режиму і будь-який прояв інакомислення знищувався ще в зачаточному стані. До того ж, будинки творчості митців (письменників, художників, акторів тощо) були інструментом контролю і цензури інтелігенції, а будь-яке непідпорядковане структурі творче об'єднання, вважалося ворожим і піддавалося репресіям.

Вже за часів незалежності, особливо на початок нового тисячоліття, створення приватних креативних просторів отримало масовий характер. Спочатку у мегаполісах, а потім і в невеликих містах почали відкриватися найбільш популярні формати креативних просторів – коворкінги і антикафе [2].

Держава теж не стояла осторонь, активно перепрофілюючи радянську спадщину палаців культури на сучасні центри творчості. Через обмежене фінансування культурного сектору, кошти на реалізацію таких проєктів, часто отримуються від міжнародних програм культурного розвитку.

В моїй роботі я ретельно досліджую формат і методи роботи Молодіжного центру м. Білої Церкви. Напрямами роботи МЦ є: неформальна та громадянська освіта молоді, змістовне дозвілля, підтримка

молодіжних ініціатив. Колектив активно веде соцмережі, співпрацює з навчальними закладами та ЗМІ білоцерківської громади, міжнародними організаціями та благодійними фондами. На базі МЦ створений центр допомоги тимчасово переміщеним особам, проводяться благодійні заходи задля підтримки постраждалих під час воєнних дій та армії. Нещодавно на базі МЦ була відкрита коворкінг-зона, де молоді люди можуть безкоштовно отримати доступ до інтернет мережі, комп'ютерної техніки організації, поради зі створення презентацій та користування офісними програмами. До того ж, у центрі щотижня проходять консультації з профорієнтування, заходи з арттерапії, лекції, дебати, зустрічі розмовного клубу та інші соціально-важливі заходи [3].

За три роки роботи (в тому числі під час епідемії ковіду та повномасштабного вторгнення), організація об'єднала навколо себе активну творчу молодь, стала осередком молодіжного дозвілля не лише міста Біла Церква, а й навколишніх населених пунктів громади.

Першочерговим завданням, яке стоїть перед працівниками МЦ є встановлення контакту з молодю людиною. Потрібно запропонувати їй розвиваючу та змістовну діяльність, відповідно до її індивідуальних здібностей і уподобань. Базою для послуг МЦ є потреби молодих людей. Ці послуги однаково доступні для усіх зацікавлених осіб і молоді в позашкільний час. Методи роботи центру підтримують послідовний процес формування, відповідно до рівня розвитку, кожної особи [4].

МЦ є частиною оточуючого середовища молоді. Важливими цілями роботи також є раннє виявлення, встановлення причин проблем відвідувача, і направлення до їх вирішення, підтримка у кризових ситуаціях. До того залучається співпраця з іншими партнерами мережі, наприклад навчальними закладами, та запобіжна розвитку проблеми діяльність. Залежно від потреб місцевого самоврядування, МЦ може бути договірним партнером для, наприклад, школи за інтересами, навчально-консультаційного, інформаційного або кар'єрного центру. МЦ підтримує різні асоціації, рухи, молодіжні групи відповідно до їхніх можливостей і компетенцій [5].

Працівники МЦ ставлять за мету виховання і підтримку соціально-активних лідерів, які будуть рухати вперед суспільне і економічне життя рідного міста і країни.

#### **Список використаних джерел**

1. Пестерніков Є. Пекар В. Креативне місто URL : <http://pekar.in.ua/Creative%20City.htm> (дата звернення: 02.04.2024).
2. Постанова Кабінету міністрів України від 20 грудня 2017 р. № 1014 «Про затвердження типових положень про молодіжний центр та про експертну раду при молодіжному центрі»
3. Флориди Р. Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє. М: Класика XXI, 2007. С. 421.
4. Council of Europe Office in Ukraine, projects and programmes URL : <https://www.coe.int/en/web/kyiv/projects-and-programmes> (дата звернення 18.04.2024).
5. Facebook сторінка Молодіжного центру міста Біла Церква URL : <https://www.facebook.com/bc.molodcenter/> (дата звернення 20.04.2024).

*Кожура Вероніка Ігорівна*  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
bkd1120.vkozhura@dakkkim.edu.ua

Науковий керівник: *Філіна Тетяна Вікторівна*,  
кандидат історичних наук, доцент  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Вебсайт як складова маркетингової стратегії театру (на прикладі Театру «Шарж»)**

Театр – це не лише місце, де відбувається мистецьке втілення, але й складна організаційна система, яка потребує ефективного управління. Маркетингові стратегії в театральному менеджменті стають все більш актуальними, оскільки вони допомагають вирішувати ряд важливих завдань.

Саме від ступеня впровадження та реалізації маркетингової стратегії залежить рівень сприйняття цільовою аудиторією театрального проєкту та результативність його просування. Одним із найважливіших елементів маркетингового комплексу є промоушен – комунікативний інструмент, за допомогою якого споживачеві передається офіційне повідомлення та формується уявлення про театральний проєкт [1, с.52].

Театри змушені підвищувати свою конкурентоспроможність, використовуючи нові способи, засоби просування, постійно шукати цільову аудиторію і вивчати потреби споживачів театральних послуг, тобто розвивати театральний менеджмент і маркетинг. До основних інструментів маркетингу відносять рекламу, стимулювання збуту, особисті продажі, пропаганду [3, с. 15-17].

У сучасному світі маркетингові і PR-комунікації є невід’ємною частиною успішного просування театрального продукту. Особливо це стосується театрів, які прагнуть залишитися на соціокультурному ринку та залучити нових глядачів. Важливим елементом є наявність сучасного та зручного вебсайту, використання соціальних медіа, співпраця з іншими культурними установами та багато іншого.

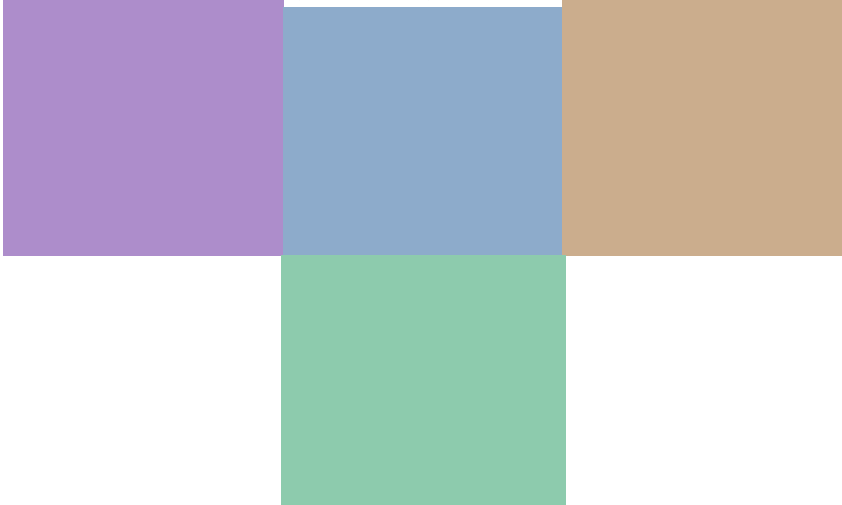
Створення вебсайту в мережі Інтернет – один з найперспективніших видів торгівлі в плані зниження накладних витрат і збільшення прибутку підприємства. Такий сайт працює 24 години на добу, 365 днів на рік, без перерви на обід, без вихідних і святкових днів, немає обмежень на віртуальну площу і кількість розташованих на ній послуг. Доступ до віртуальних вітрин сайту в режимі реального часу одержує будь-який потенційний покупець, незалежно від того, де він у цей момент знаходиться [4, с. 3].

У рамках практичної підготовки здобувачів спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, під час проходження виробничої (організаційно-управлінської) практики, моїм індивідуальним



завданням була організація заходів по просуванню Театру «Шарж» за допомогою соціальних мереж та інших Інтернет-засобів. Тому, одним із завдань практики стала розробка професійного вебсайту театру.

Першим етапом створення сайту було обговорення нової айдентики театру: визначення шрифту, основної кольорової гами, що включало чотири основні кольори (HEX: CBAD8D, AD8DCB, 8DABCB та 8DCBAD) та їх відтінки (див. Рис. 1).



*Рисунок 1. Кольорова гама айдентики Театру «Шарж»*

Наступним етапом стало дослідження безкоштовних платформ для створення вебсайтів і визначення найоптимальнішої з них. Внаслідок чого було обрано Google-сайт. Таке рішення було прийняте тому, що на даному ресурсі легко керувати доступом та ділитися файлами з правом редагування, на відміну від інших додатків та платформ.

Наступним етапом стало визначення послідовності дій і завдань:

1. Написати історію створення театру.
2. Зібрати інформацію про всіх учасників театру і зробити їх загальну характеристику.
3. Створити перелік вистав та проєктів театру і проаналізувати зібрану інформацію.
4. Визначити терміни виконання запланованих завдань.

Після збору та аналізу інформації, отримання доступу до фото- та відеоархівів театру, розпочався процес створення професійного сайту. Було визначено, що вебсайт театру буде містити наступні розділи:

- головна сторінка (основна, загальна інформація щодо театру, невеличка фотогалерея та актуальний акторський склад);
- про театр (історія, детальна інформація, усі учасники, керівники,

участь у фестивалях та інше);

- афіша (актуальний перелік вистав);
- проєкти (перелік та посилання на всі створені проєкти театром);
- архів вистав (перелік, основна інформація фото- та відеоархів);
- контакти (телефон, адреса, електронна пошта та інше).

Вебсайт театру «Шарж» вразить приємними кольорами та естетичним дизайном, який створює атмосферу, відповідну його творчому образу. Використання не дуже яскравих, але привабливих кольорів, гармонійно поєднаних з різними розподільниками, відповідними фотографіями та іншими елементами, створює враження професіоналізму та органічно вписується в загальний стиль театру. Такий дизайн не лише привертає увагу відвідувачів сайту, але й сприяє позитивному сприйняттю театральних продуктів та мистецької та культурно-просвітницької діяльності Театру «Шарж» (див. Рис. 2). Стильний дизайн та продумана концепція сайту сприятиме покращенню репутації театру та позиціонуванню його як сучасного та привабливого культурно-мистецького закладу.

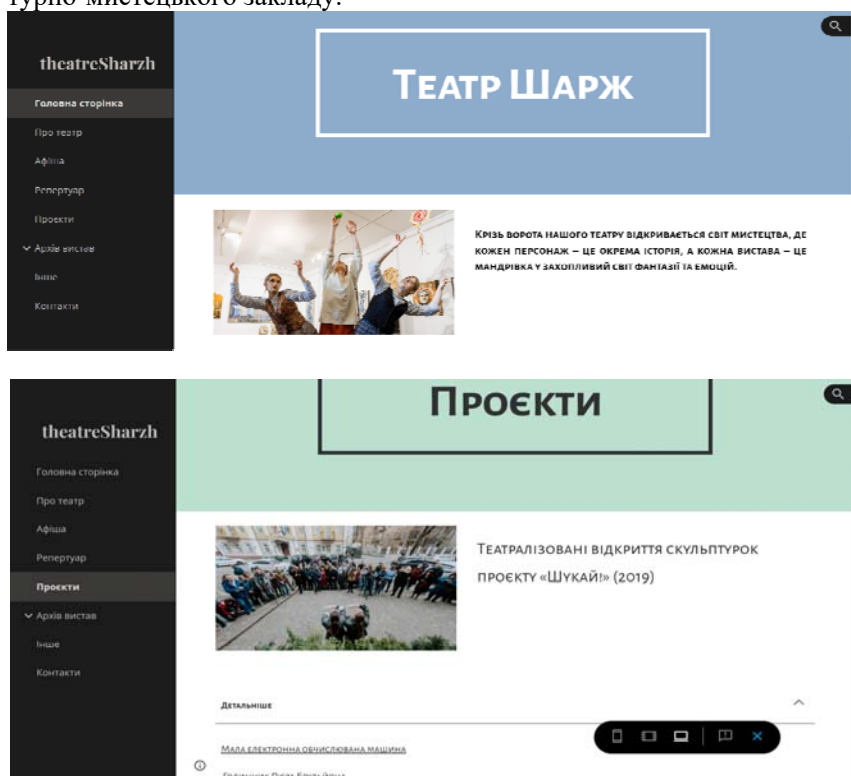


Рисунок 2. Сторінки вебсайту Театру «Шарж»

Професійний вебсайт є візитівкою театру в онлайн-середовищі. Він створює перше враження про театр у потенційних споживачів, допомагає глядачам приймати рішення чи зацікавлені вони відвідати виставу. Чистий та естетичний дизайн, зручна навігація та інформація, яка легко знаходиться, демонструють професіоналізм та важливість театру. Завдяки цьому, театр може залучити більше уваги в Інтернеті, збільшити свою аудиторію, за рахунок комфортного меню та великого архіву, відкрити нові можливості для співпраці та розвитку, розміщуючи відомості про себе на різних платформах просування продукту (Leeloo.ai, SendPulse.ua та інші). Вебсайт допомагає створювати позитивне враження про театр, представляє його користувачам Інтернет-середовища та сприяє успішному розвитку.

Отже, професійний вебсайт Театру «Шарж» є важливим елементом рекламної стратегії, що сприяє створенню позитивного іміджу, залученню аудиторії, підвищенню інтересу до вистав та проєктів. Наявність власного вебсайту дозволяє ефективно просувати вистави та забезпечувати успішність в умовах сучасного цифрового середовища.

#### **Список використаних джерел**

1. Бас К. В. Інноваційні підходи в театральному менеджменті: сучасна практика : магістерська робота, спец. 028 Менеджмент соціокультурної діяльності. К. : НАКККіМ, 2022. 121 с.
2. Грищенко О. Ф., Нешева, А. Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2023. № 4. С. 86-98.
3. Константинов А. П. Промоушин сучасного театру: особливості та інструменти. магістерська робота, спец. 028 Менеджмент соціокультурної діяльності. К. : НАКККіМ, 2023. 95 с.
4. Токар І. М. Інтернет-реклама як ефективний засіб просування туристичних послуг. URL : <http://mx.ogasa.org.ua/bitstream/> (дата звернення: 24.04.2024).
5. Шаповалова Ю. С. Сучасне циркове мистецтво України в контексті міжнародного культурно-мистецького співробітництва. Культурологічна думка, 2018. № 14. С. 94-101.
6. Шаура А. Основні етапи створення дизайну веб-сайтів. Етнокультурні традиції в образотворчому мистецтві та дизайні України : Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 2023 р.). С. 152-155.

***Кожура Вікторія Ігорівна***

*здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
bkd1122.vkozhura@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Філіна Тетяна Вікторівна,  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Міжкультурне співробітництво України та Ірландії**

Острів Ірландія, третій за величиною острів у Європі, геологічно пов'язаний з європейським континентом. З півночі на південь його протяжність 483 км, а із заходу на схід – 280 км. Атлантичний океан омиває узбережжя Ірландії з півдня, заходу і північного заходу. Східне

узбережжя острова омивається мілководним Ірландським морем, ширина якого в найбільш широкій частині становить трохи більше 200 км. Північна протока, що відокремлює Ірландію від Великобританії, місцями звужується до 21 км. Протока Святого Георга з'єднує Ірландське море з Атлантичним океаном на південному заході [3, с.9]. В ірландській міфології країна називалась Ерін – за ім'ям богині Еріу. Острів Ірландія ще називають Смарагдовим. Ірландці становлять абсолютну більшість населення країни, що становить 88,85 %; дві наступні групи національностей за чисельністю населення: британці – 2,7 % та поляки – 1,5 % [6, с. 72].

*Таблиця. Ірландія. Загальні відомості*

Площа	70,3 тис. км <sup>2</sup> , що дорівнює 11,6 % території України
Населення	4 млн 757 тис. осіб (24.04.2016, перепис)
Очікувана тривалість життя при народженні	81,5 р. (79,6 – для чоловіків і 83,4 – для жінок) (2015, Євростат)
Чисельність українців	3343 осіб (2011, перепис)
Столиця	Дублін – 553 тис. осіб
Державна мова	офіційними з 1937 р. є ірландська (гелік) і англійська
Вищий законодавчий орган	Ерахтас (Парламент Ірландії), що складається із Дойл Ерен і Сенат Ерен
Статус у відносинах з ЄС	член ЄС з 01.01.1973 р.; член Єврозони з 01.01.1999 р.

*Джерело: [6].*

Ірландія визнала Україну 31 грудня 1991 року, і вже 1 квітня 1992 року були встановлені дипломатичні стосунки між країнами. З того часу в Україні та Ірландії функціонують почесні консульства, з 2003 року в Ірландії діє українське посольство, а з 2021 року в Україні – ірландське посольство [7].

Ірландія виступила на підтримку вступу України до ЄС після вторгнення Росії, заклавши авіапростір та порти для російських транспортних засобів, заборонивши трансляцію російських телеканалів, вважаючи РФ винною у військових злочинах та підтримавши розсліду-

вання в Міжнародному кримінальному суді. Ірландія також скасувала вівозві вимоги для громадян України, виділивши фінансову допомогу МКС для розслідування воєнних злочинів РФ на території України [7].

Українці, що наразі перебувають в Ірландії вносять свій вклад у культурне та творче середовище. Один із способів, яким молоді українці можуть реалізувати свою творчість, – це програма «Креативна Ірландія».

Ця програма підтримує безкоштовні заходи для дітей та молоді, включаючи уроки рукоділля, оповідання, драматургію, мистецтво, ігрові групи Lego, майстер-класи з виготовлення ляльок та циркові тренінги. Крім того, організовує заходи, метою яких є допомога молодим українцям, які прибули до Ірландії, їх залучення до творчих шкіл та надання необхідну підтримку. Такі ініціативи сприяють розвитку талантів та співпраці між українськими та ірландськими культурними спільнотами [8].

Важливу роль в україно-ірландському міжкультурному співробітництві відіграє Асоціація Українців в Ірландії (AURI). Організація сприяє розвитку навчальних навичок та задоволенню культурних потреб українців, а також підтримує взаємодію між спільнотами та забезпечує обмін досвідом [5].

Україна та Ірландія мають довготривалу співпрацю, яка виявляється у різноманітних аспектах взаємовідносин. Політичні відносини між країнами підсилюються через підтримку України після початку повномасштабного вторгнення, в той час як творчий внесок українців у життя Ірландії через роботу організацій, таких як програм «Креативна Ірландія» та діяльність Асоціації українців в Ірландії, сприяє розвитку культурного обміну та взаємопорозумінню між двома народами.

#### Список використаних джерел

1. Карпин Є. А. Оцінка туристичних ресурсів Ірландії та стратегій їх розвитку. Магістерська робота. Спец. 242 Туризм, 2019. <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/517/%d0%9a%d0%b0%d1%80%d0%b9%d0%b8%d0%bd%20%28pdf.io%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 01.05.2024).
2. Наші громади – The Association of Ukrainians in Ireland (AURI). The Association of Ukrainians in Ireland (AURI) – Ми допомагаємо українцям в Республіці Ірландія. URL : <https://www.ukrainians.ie/uk/communities/> (дата звернення: 01.05.2024).
3. Погорелова І. С. Ірландія. Північна Європа. Західна Європа. Південна Європа. Країни світу і Україна : енциклопедія : в 5 т. К. : «Фенікс», 2017. Т.1. С. 71-86.
4. Політичні відносини між Україною та Ірландією. 01.06.2020. Посольство України в Ірландії. URL : <https://ireland.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/111-politichni-vidnosini-mizh-ukrajinoju-ta-irlandijeju> (дата звернення: 01.05.2024).
5. Уряд підтримує молодих українців в Ірландії за допомогою мистецтва та творчості. Gov.ie, 05.06.2022. URL : <https://www.gov.ie/en/press-release/2530c-/> (дата звернення: 01.05.2024).

**Котенко Катерина Юріївна**  
здобувачка  
*Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*  
kukotenko.ij21@kubg.edu.ua  
**Науковий керівник Політова Олена Аркадіївна,**  
кандидат історичних наук,  
завідувач кафедри інформаційних комунікацій  
факультету української філології, культури та мистецтва  
*Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

## **Рекламні ігри в маркетинговій діяльності бібліотек**

Одним із найважливіших завдань сучасної української бібліотеки є залучення нових користувачів та утримання вже існуючих. Обмежене стереотипами сприйняття бібліотеки суспільством перешкоджає охопленню ширшої користувачької аудиторії. Трансформація уявлень суспільства про бібліотеки потребує застосування нетипових та креативних маркетингових підходів. Прогресивна індустрія інтерактивних розваг десятками років збільшує кількість користувачів відеоігор у швидкому темпі. Відеоігри використовуються у маркетингу ще з кінця ХХ ст., закономірною є поява специфічного жанру «рекламна гра», що є інтеграцією маркетингового повідомлення у відеогру.

Теми використання інструментів digital-маркетингу у бібліотечній діяльності розвиває Самохіна Ж.В. [1]. Поняття відеоігри, роль відеоігор у сучасній культурі, аналіз відеоігор українських розробників досліджує Малюк Є.О. [2]. Аналіз образу бібліотек у відеоіграх та інших видах медіа представлено у дослідженні Тейлор Е. і Лью К.Л. [3].

Самохіна Ж.В. зазначає: «цифровий маркетинг використовує нові можливості: мобільного зв'язку, телебачення, інтерактивних екранів, POS-терміналів, відеокамер, зокрема, біометричні технології, електронної пошти, зокрема розсилання на мобільні пристрої електронних рекламних повідомлень у вигляді sms» [1, 16].

International Game Developers Association (IGDA) – Міжнародна асоціація розробників ігор визначає рекламну гру як: «використання ігор для поширення рекламних повідомлень, залучення трафіку на веб-сайти та досягнення впізнаваності бренду» [4].

Значимість відеоігри у бібліотечному контексті приваблення користувачів до певної теми та засобу переконання підтверджується запуском програми «Video Game Challenge for Civic Engagement» [5] Бібліотекою Конгресу у червні 2023 року. Учасникам програми запропоновано розробити відеоігри пов'язані з правами та обов'язками американських громадян, які включають ресурси Бібліотеки (використання її ресурсів в ігровому процесі є продакт-плейсментом та ненав'язливо залучає користувача до перегляду певних документів із відвідуванням сайту Світової цифрової бібліотеки (World Digital Library).

Класичним прикладом рекламної міні-гри є «British Library Simulator» [6], розроблена Британською бібліотекою спільно з Bitsy (безкоштовним онлайн-редактором ігор), виконана в стилі старих відеоігор зі старою і простою пікселізацією, обмеженою кольоровою палітрою та надзвичайно спрощеним ігровим процесом. Ідея розробників полягала в тому, щоб стимулювати інтерес до бібліотеки у розважальний спосіб. З точки зору рекламної гри ми можемо виокремити такі якості «British Library Simulator»: виклик для гравця полягає у дослідженні ігрового світу, який є деталізованим та цікавим для вивчення; під час ігрового процесу розкривається історія та унікальні риси бібліотеки, процедурна риторика застосовується для формування думки «дослідження бібліотеки = цікава інформація» через логічний зв'язок, що стає зрозумілим для гравця через ігрову механіку «взаємодія з бібліотекою спричиняє отримання певної нової інформації». Геймплей достатньої складності дозволяє утримати увагу користувача та стимулювати його до продовження гри.

Публічна бібліотека міста та гміни Пleshив (Biblioteka Publiczna Miasta i Gminy Pleszew) [7] пропонує своїм найменшим користувачам (1-4 початкові класи) інтерактивну гру на платформі Genially «Tajemnicze miejsce» (Таємниче місце). Гра пов'язана з правилами користування Публічною бібліотекою міста та гміни Пleshив та її діяльністю, послугами. Ігровий процес базується на переміщенні гравця приміщеннями бібліотеки та виконанням міні-ігор та головоломок, в процесі проходження яких він дізнається загальні факти про бібліотеку, принципи її роботи та нестандартні проекти. З точки зору рекламної гри це скоріше фірмова рекламна гра, адаптована під цільову аудиторію – дітей. Виклик для дорослого гравця є занадто простим, проте для дитини цілком оптимальним. Ігровий світ є досить простим та не пропонує великої кількості напрямів взаємодії, але достатньо чітким та зрозумілим для гравця дитячого віку. Безумовно, рівень графічного оформлення та різноманітності ігрових механік є обмеженим у порівнянні з «British Library Simulator», але для досягнення залученості потенційного користувача такого формату цілком достатньо.

У межах проекту групи фінських дослідників Йоханни Іліпуллі, Матті Поуке, Нільса Еренберга, Туркки Кейнонен [8] «Our Shared Virtual World» було розроблено повноцінну пригодницьку гру із застосуванням VR-технології «Forest Elf» (Metsänhaltija), що включає дев'ять інтерактивних міні-ігор, які працюють незалежно і демонструють користувачеві можливості віртуальної реальності. Застосунок було розроблено в Unity для обладнання Oculus Quest 1 і 2. Віртуальне середовище включає безліч різноманітних інтерактивних завдань, таких як стрільба з лука та риболовля, які також можна грати окремо як міні-ігри. Користувач може спробувати виконати всі завдання, зібрати всі цитати і роз-

ставити їх на книжковій полиці, або просто вільно блукати. Контекст бібліотеки був вбудований у VR-додаток, з використанням його як теми в загальному наративі: завдання користувача – зібрати втрачені літературні цитати. З точки зору сторітелінгу гра пропонує цілісну історію, яка пов'язана з ігровим світом та відповідними завданнями. Як рекламна гра «Forest Elf» має перевагу через цікавий для гравця виклик та ігровий світ, який викликає бажання його досліджувати та може затримати гравця, зробити його сприйнятливішим до рекламного повідомлення за його наявності. Тестуванн фінальної версії застосунка у 2022 році показав: відеогра пропонує цікавий досвід для різних типів користувачів, починаючи від людей похилого віку без досвіду ігор і закінчуючи молодими людьми з досвідом у відеоіграх. Крім того, навесні 2022 року останню версію застосунку використовували невеликі групи в різних бібліотеках. Це призвело до деяких відгуків і, серед іншого, виправлень, які покращили ігровий досвід.

Прикладом рекламної бібліотечної гри українських розробників є відеогра Волинської обласної бібліотеки для юнацтва «Вулицями Луцька» [9], розроблена бібліотекарями у 2020 році в рамках проєкту «Гейміфікація: вчимося граючи», реалізованого за підтримки ЄС за програмою House of Europe. Розробники наголосили: «Сподіваємось розширити коло партнерів та читачів, та налагодити тісну співпрацю з школами та університетами». З цього можемо зробити висновок, що мета досягнути певного просування бібліотечної установи та її послуг мало місце. Використання бібліотеки як середовища гри може розцінюватися як один з елементів інтеграції бренду бібліотеки в ігровий процес. У створенні гри було використано твори П. Троневича «Оповідання з давньої історії Луцька», В. Пясецького і Ф. Мандзюка «Вулиці і майдани Луцька», історико-краєзнавчим виданням «Подорож старим Луцьком» та буклет «Луцьк від А до Я». Гра була доступною в бібліотеці та за її межами з використанням Google-карт з прив'язкою до місцевості та технологією доповненої реальності (AR), в яку учасники грали зі смартфоном. Грати у гру можна у трьох режимах: на основі розташування гравця та карти Google (GPS); із використанням QR-кодів та «пальцем на карті», тобто не виходячи на вулицю. Гра була розроблена з Action Track, що спричинило використання більшості функцій смартфона.

Перевагами рекламних ігор у просуванні бібліотечних послуг є їхнє підвищення впізнаваності бібліотеки, зближення її з користувачами, охоплення нових вікових та соціальних груп та можливість реалізації на економічно вигідних умовах. Рекламні ігри особливі адаптації відеоігри під особливості бібліотеки як бренду (використання брендової символіки, поширення цінностей, унікальної історії) та маркетингової комунікації, яка буде поширена; все залежатиме від поставлених цілей і досвіду, який необхідно надати користувачам.



### Список використаних джерел

1. Самохіна Ж. Використання інструментарію цифрового маркетингу в діяльності бібліотек. Бібліотечний вісник. 2024. № 1. С. 12-22. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv\\_2024\\_1\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2024_1_4) (дата звернення: 28.04.2024).
2. Малюк С. О. Відеогра як феномен сучасної медіакультури: дис. канд. культурології : 26.00.01. / М-во освіти і науки, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2016. 212 с.
3. Taylor, E. and Liew, C.L. Depiction of library use in video games: a content analysis. Journal of Documentation, Vol. 80 No. 1, pp. 158-179. 2024. URL : <https://doi.org/10.1108/JD-03-2023-0046>
4. IGDA – International Game Developers Association. IGDA – International Game Developers Association. URL : <https://igda.org/> (date of access: 23.04.2024).
5. Library of Congress Launches Video Game Challenge for Civic Engagement. The Library of Congress. URL : <https://www.loc.gov/item/prn-23-056/library-of-congress-launches-video-game-challenge-for-civic-engagement/2023-06-06/> (date of access: 28.04.2024).
6. The British Library Simulator. British Library. URL : <https://blogs.bl.uk/digital-scholarship/2020/05/the-british-library-simulator.html> (date of access: 28.04.2024).
7. Lekcja biblioteczna – gra on line – Biblioteka Publiczna Miasta i Gminy w Pleszewie. Biblioteka Publiczna Miasta i Gminy w Pleszewie – Pełniąca zadania biblioteki powiatowej. URL : <https://biblioteka.pleszew.pl/aktualnosci/lekcja-biblioteczna-gra-on-line/> (date of access: 28.04.2024).
8. Johanna Ylipulli, Matti Pouke, Nils Ehrenberg, Turkkä Keinonen, Public libraries as a partner in digital innovation project: Designing a virtual reality experience to support digital literacy, Future Generation Computer Systems, Volume 149, 2023, Pages 594-605, ISSN 0167-739X. URL : <https://doi.org/10.1016/j.future.2023.08.001> (дата звернення: 28.04.2024).
9. Квест «Вулицями Луцька» в рамках проекту «Гейміфікація: вчимося граючи» 13 листопада проводить Волинська обласна бібліотека для юнацтва – Voladm.gov.ua. Волинська Обласна Державна Адміністрація. URL : <https://voladm.gov.ua/article/kvest-vulicyami-lucka-v-ramkah-proyektu-geymifikaciya-vchimos-grayuchi-13-listopada-provodit-volinska-oblasna-biblioteka-dlya-yunactva/> (дата звернення: 28.04.2024).

*Любочкін Андрій Сергійович*  
*магістрант кафедри івент-менеджменту та індустрії дозвілля*  
*Київського національного університету культури і мистецтв*  
*lyubochkin060@gmail.com*

*Науковий керівник: Пашкевич Марина Юхимівна,*  
*кандидат культурології, доцент*  
*кафедри івент-менеджменту та індустрії дозвілля*  
*Київського національного університету культури і мистецтв*

### Культура артфестивалів у сучасному суспільстві

Артфестивали стали невід'ємною частиною сучасного соціально-культурного середовища. Своєю різноманітністю та яскравістю виразних форм вони покликані привертати увагу широкої аудиторії. Вони стають сучасним майданчиком для популяризації та розвитку різних видів мистецтва. У сучасному світі існує велике різноманіття артфестивалів, які різняться за своєю спрямованістю, форматом та змістом. Фестиваль мистецтв — термін, що охоплює події, що присвячені декільком жанрам мистецтв. Це може бути образотворче мистецтво

(живопис, малюнок, кераміка), музика, фотографія, кіно та інші візуальні форми творчості. Пропонуємо таку класифікацію сучасних арт-фестивалів.

**Фріндж-фестивалі** – це тип мистецьких заходів, що зазвичай охоплюють різноманітні артистичні стилі, але можуть також акцентуватися на конкретному типі мистецтва. Один із них – це Fringe Ukraine. [1] Під-жанри фестивалів мистецтв включають в свою структуру мистецькі ярмарки, театральні заходи, танцювальні вистави, кінофестивалі, музичні події (включаючи поп-фестивалі) та інші.

**Музичні фестивалі** – це події, які об'єднують музикантів та виконавців різних жанрів та стилів музики. Вони можуть бути спрямовані на конкретний жанр (рок, поп, джаз) або включати різноманітність музичних напрямків. Найбільш популярною подією буде саме Eurovision Song Contest, який проводиться з 1956 року. В якому приймають участь представники 26 країн.

**Фестивалі образотворчого мистецтва** фокусуються на живописі, скульптурі, фотографії та інших видах візуального мистецтва. Вони можуть включати виставки, майстер-класи, артінсталяції та інші форми творчості. Smile Fest – організація яка проводить всеукраїнські та міжнародні конкурси талантів та фестивалі мистецтв.

**Мистецький ярмарок** – це окремий піджанр мистецького фестивалю, що акцентується на візуальному мистецтві або конкретних його напрямках, до прикладу: фестивалі мистецтва новітніх медіа. Інші піджанри мистецьких заходів можуть включати фотографічні фестивалі або фестивалі вуличного мистецтва. Зазвичай, мистецький ярмарок представляє широкий спектр учасників. Ними можуть бути художники, артдилери, колекціонери і куратори, які представляють та купують чи продають твори мистецтва на відкритих для публіки місцях або в галереях. Асортимент робіт, що продаються, може включати фотографії, картини, малюнки, вироби з металу, ручну роботу та кераміку.

Не слід вважати однаковим жанром фестивалі образотворчого мистецтва та суто комерційні ярмарки виробів мистецтва. Участь художників у найбільш провідних подіях такого типу відбувається за спеціальним запрошенням. Виставки, такі як Венеціанська бінале, організовані відомими міжнародними кураторами, обраними спеціальним комітетом. Мистецькі ярмарки на противагу фестивалів спрямовані на ринок, де артдилери продають роботи художників, яких вони представляють.

**Літературні фестивалі** – заходи призначені для письменників, поетів, критиків та читачів. Вони можуть включати читання нових творів, дискусії, лекції та презентації літературних новинок. Berlin International Literature Festival – тут представляють поетичні та прозові твори. Кожного року програма фестивалю змінюється, але основну увагу приділяють дитячій творчості, та світовий літературі.

**Фестивалі поезії** – це організовані заходи, які зазвичай створюють поетичні та літературні групи, місцеві мистецькі об'єднання чи приватні організації. Вони призначені для виставлення та вшанування сучасної поезії, а також для об'єднання поетів, обговорення їхньої творчості та поетичних тем. В таких заходах можуть взяти участь міжнародні, національні та місцеві автори, зазвичай за певною тематикою. Фестивалі поезії проводяться у певному місці та на честь певних дат. На протигагу літературних фестивалів, основна увага на поетичних заходах зосереджена на поезії. Ці фестивалі стали щорічною традицією. Деякі із відомих фестивалів поезії, що тривають у Великій Британії понад десять років, включають Ольденбурзький, Ледбері, Торбей. У Індії проводяться різні популярні фестивалі поезії, а на північному сході країни варто згадати Великий поетичний фестиваль у Гувахаті та Ассамську бієнале мистецтв, які стали першими такого роду в цьому регіоні, засновані 2018 року.

Фестиваль поезії StAnza у Шотландії, який був заснований у 1998 році, кожного року він об'єднує близько 100 поетів початківців і лавреатів престижних премій [2].

**Театральні та виставкові фестивалі** – події, де представлення театральних постановок, виставок, драматичних вистав і виставок мають основну увагу. Augenblick-Mal-Festival – який з 1991 року, проходить кожні два роки, він виступає головним майданчиком, де переглядають театральні роботи.

**Мультимедійні фестивалі** поєднують різні форми мистецтва, такі як музика, візуальне мистецтво, світлове шоу та інші технології для створення унікального мистецького досвіду.

Найкращим прикладом даного фестивалю стане Берлінський фестиваль світла [3].

**Кінофестивалі** – це організовані заходи, що часто ініціюються університетами, приватними організаціями, місцевими владами або мистецькими спілками. Вони відбуваються в кінотеатрах або на великих екранах і є платформою для кінематографістів, де вони можуть отримати визнання від фільмових ентузіастів та кінокритиків. Кінофестивалі можуть представляти як міжнародні, так і місцеві фільми, іноді зосереджуючись на конкретних режисерах, жанрах або темах. Ці заходи часто проводяться щорічно та показують як повнометражні, так і короткометражні стрічки.

Один з найвизначніших кінофестивалів – Sundance Film Festival – виник у Солт-Лейк-Сіті у 1984 році як частина Sundance Institute, заснованого Робертом Редфордом. Сучасний Sundance Film Festival став одним із найбільших заходів, що присвячені незалежному кіно в Сполучених Штатах [4].

Фестивалі сучасного мистецтва відкривають нові напрями та тенденції у мистецтві, включаючи інноваційні форми виразності, інсталяції,

перформанси та експериментальні проєкти. Культурно-мистецькі та традиційні фестивалі присвячені підтримці та відтворенню культурних традицій, обрядів, ремесел та кулінарії різних народів та етнічних груп.

Фестивалі соціально-культурної сфери сприяють формуванню естетичної культури у різних груп людей. Музичні фестивалі в сфері культурного дозвілля можуть стимулювати появу нових форм проведення, які мають важливий виховний аспект. Останнім часом у політиці (культурній) уклалася стійка організаційна структура для фестивалів – від міжнародних до міських, які фінансуються з різних джерел. Різноманітні напрямки та тематика фестивалів поглибилися за останні роки. Артфестивалі, як масова форма культурно-творчої діяльності, несуть в собі потенціал для всебічного розвитку особистості через виховання та навчання.

Світовий культурний простір відзначений розмаїттям фестивального руху, який є способом спілкування та культурного обміну між людьми. Принципи взаємодії на артфестивалі проникають у всі жанри мистецтва, сприяючи не лише фестивальному руху, а й культурному обміну новими ідеями, підтримці традиційних цінностей. Це дозволяє виявити яскраву взаємодію й синтез між різними видами мистецтва.

#### Список використаних джерел

1. Ukraine Fringe URL : <https://www.ukraine-fringe.com> (дата звернення: 27.04.2024).
2. Хмельовська О. Фестиваль поезії StAnza у Шотландії . 24 травня 2022року. URL : <https://chytomo.com/festyval-poezii-stanza-u-shotlandii-vid-filmiv-poem-do-vidkrytykh-mikrofoniv/> (дата звернення: 02.05.2024).
3. Festival of lights. URL : <https://festival-of-lights.de/en/> (дата звернення: 27.04.2024).
4. Sundance institute. URL : <https://www.sundance.org/festivals/sundance-film-festival/about/>(дата звернення: 28.04.2024)
5. Художні Ярмарки: Битви титанів. 04 лютого 2011р. URL : <https://artukraine.com.ua/ukr/a/hudozhestvennye-yarmarki-bitvy-titanov/> (дата звернення: 02.05.2024).
6. Smile Fest. URL: <https://www.smilefest.com.ua> (дата звернення: 03.05.2024).

*Малюк Лілія Вікторівна*  
*здобувачка кафедри артменеджменту*  
*та івент-технологій НАКККіМ*  
*bkd1120.lmaluk@dakkkim.edu.ua*  
*Науковий керівник: Науменко Оксана Анатоліївна,*  
*кандидат психологічних наук, доцент кафедри*  
*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Методи арттерапії в соціокультурній діяльності як інструмент зцілення через мистецтво**

Три чверті українських дітей (75%) страждають на симптоми психічної травми, як показує дослідження аналітичної компанії

Gradus Research [1]. Наслідки війни в Україні глибоко впливають на психіку дітей, і одним з головних способів надання допомоги є психотерапія. У свою чергу, ефективним методом у роботі є арттерапія.

Арттерапія – це форма психотерапії, що використовує творчий процес мистецтва як засіб для дослідження і вираження емоцій, думок та почуттів.

Цей метод широко визнаний як ефективний інструмент психологічної підтримки і особистісного росту, особливо важливий в контексті соціокультурних ініціатив. Сутність арттерапії полягає в терапевтичному та корекційному впливі на суб'єкта через мистецтво. За даними досліджень Л. Терлецької, терапія мистецтвом дає можливість навчити дитину виражати почуття в соціально допустимій формі; розвинути емпатію та позитивні емоції; сформувані почуття внутрішнього контролю й порядку; сприяти розвитку уваги; посилити відчуття власної гідності [2].

Застосування арттерапії можливе в різних установах, таких як музеї, школи, громадські центри, де пропонуються можливості для самовираження, самопізнання та зцілення через мистецтво. Важливу роль арттерапія відіграє в роботі з вразливими групами населення, включаючи дітей з особливими потребами та літніх людей. Важливість арттерапії підтверджена численними дослідниками, такими як О. Чеботарьова, І. Нагорна та інші. За оперативними статистичними даними станом на 01.12.2023:

- кількість інклюзивних груп закладів дошкільної освіти – 6158, в них вихованців з особливими освітніми потребами – 11285,
- кількість інклюзивних класів закладів загальної середньої освіти – 29321, в них учнів з особливими освітніми потребами – 40354,
- кількість спеціальних класів ЗЗСО – 807, в них учнів з особливими освітніми потребами – 7044.

За даними Міністерства освіти та науки України. Статистика вказує на зростання кількості інклюзивних класів і груп, де діти отримують необхідну підтримку, що відображає високу потребу в адаптованих освітніх ресурсах [3].

Досить часто для дошкільників з порушеннями інтелекту більш раціонально використовувати казкотерапію. Терапія казкою передбачає психологічну підготовку дитини до складних емоційних ситуацій, символічне відреагування фізіологічних та емоційних стресів, прийняття в символічній формі своєї фізичної активності. Варіацій роботи з казкою дуже багато: просте читання казки та її обговорення, малювання за мотивами казки, програвання казки чи епізодів за ролями чи за допомогою ляльок, створення власної казки, завершення незакінченої казки (з потрібним кінцем) [4].

Робота з казкою дає можливість здійснювати безболісно (стосовно психологічного захисту) психокорекцію сором'язливих, гіперактив-

них, агресивних, невпевнених, замкнутих і демонстративних дітей з порушеннями інтелектуального розвитку.

Отже, завдяки арттерапії діти дошкільного віку з порушеннями інтелекту можуть ефективно розвивати свій розвиток та особистісні якості. Цей метод враховує специфіку їх розвитку і є одним з найуніверсальніших засобів психокорекції, зокрема, в умовах воєнного конфлікту, коли питання психологічної підтримки дітей стає надзвичайно актуальним.

#### Список використаних джерел

1. Gradus Research. Changes in children's lives during the war. URL : [https://gradus.app/documents/211/Children\\_Report\\_Gradus\\_28042022.pdf](https://gradus.app/documents/211/Children_Report_Gradus_28042022.pdf) (дата звернення 11.04.2024).
2. Терлецька Л.Г. Психологія здоров'я: арт-терапевтичні технології: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Слово», 2016. 128 с.
3. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/inklyuzivne-navchannya/statistichni-dani> (дата звернення 10.04.2024).
4. Казкотерапія в роботі з дошкільниками / упоряд. О. Рудик. Харків: вид. група «Основа», 2011. 240 с. (дата звернення 12.04.2024).

**Мельничук Наталія Віталіївна**

*здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
bkd1120z.nmelnyk@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: **Копієвська Ольга Рафаїлівна,**  
доктор культурології, професор кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Центри культури та дозвілля в системі забезпечення культурних потреб і підтримки творчих ініціатив громадян**

Розвиток інформатизації суспільства, застосування інновацій в інформаційній, освітній сферах, впровадження нових форм і методів соціокультурної роботи, а також реалії війни вплинули на організаційні засади, зміст та пріоритети громадської та культурно-творчої діяльності в територіальних громадах.

Засади організації культурно-дозвілдової діяльності в умовах сьогодення, питання забезпечення культурних потреб різних соціально-вікових груп населення стали предметом вивчення вітчизняних науковців О. Звєкової, О. Копієвської, Л. Кравець, Т. Філіної та ін. [1 – 5].

Вчені та практики галузі відмічають, що наразі заклади культури перебрали на себе функції осередків громадської активності, культурного життя та творчої ініціативи місцевих громад. Вибудовують свою роботу, орієнтуючись на культурні потреби і очікування громадян [5].

Особливо це проявляється в середовищі сільського населення, для якого культурні установи, попри труднощі пандемії та воєнного часу, створюють можливості для задоволення дозвіллевих, духовних, пізнавальних, дослідницьких, художньо-творчих, аматорських, фізичних та інших потреб [1]. Активізація роботи в цих напрямках дає підстави стверджувати, що питання, пов'язані з організацією ефективної дозвіллевої діяльності в культурних установах територіальних громад є актуальною і соціально важливою, потребує корегування з урахуванням сучасних умов та громадянських пріоритетів, залучення кадрового ресурсу, налагодження широкої співпраці з [3].

Наразі, основними напрями діяльності центрів культури та дозвілля є: національно-патріотичне виховання; збереження, розвиток та популяризація української культури, культурних надбань територіальних селищних громад; організація культурно-дозвіллевої діяльності жителів територіальної громади; залучення дітей і молоді до аматорства та художньо-творчої роботи; формування, зберігання документально-інформаційних та інших культурних ресурсів; волонтерська діяльність тощо [2; 4].

Серед пріоритетів – різносторонні інтереси, розвиток і реалізація творчого потенціалу, формування навичок в галузі культури, дозвілля і аматорства різних соціальних та вікових верств населення громади.

Практика дитячого та молодіжного дозвілля підтверджує, що ефективними та популярними формами культурно-дозвіллевої діяльності серед даної вікової аудиторії є групові та масові форми роботи, як от гуртки та мистецькі студії (музичні, театральні, художні, хореографічні, циркові тощо); любительські об'єднання та клуби відповідно до спільних інтересів учасників; підтвердили успішність тематичні вечори, освітні та просвітницькі івенти, масові та видовищні заходи і урочистості, концерти та фестивально-кункурсні події; благодійні акції, виставки.

Старша вікова група надає перевагу формам роботи, які забезпечують спілкування та особисті пріоритети – тематичні вечори, долучення до краєзнавчих і фольклорних досліджень в межах об'єднань за інтересами, курси та навчальні програми за різними напрямками.

Практика свідчить, що вітчизняні заклади культури активно впроваджують інноваційні та креативні форми культурно-дозвіллевої діяльності (флешмоби, квести, літературні аукціони, буктрейлери, віртуальні події – виставки, екскурсії, воркшопи та ін.), а також створюють сучасні центри культурних послуг на базі вже функціонуючих установ – молодіжні простори – хаби, школи лідерства тощо.

У майбутньому мирному часі заклади культури і дозвілля мають розвиватися в напрямку багатфункціонального культурного центру, який якісно та оперативно забезпечить культурні, освітні, дозвіллеві та розважальні потреби людей, створюватиме середовище для індивідуального розвитку та творчої реалізації.

### Список використаних джерел

1. Дослідження дозвілля і культурних потреб міської молоді в Україні / Громадська організація «Центр дослідження суспільства». URL : <https://cedos.org.ua/researches/doslidzhennia-dozvillia-i-kulturnykh-potreb-miskoi-molodi-v-ukraini/> (дата звернення: 23.03.2024).
2. Звєкова В. Культура дозвілля як фактор духовного розвитку особистості. Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. 2019. Вип. 42. С. 82-86.
3. Копієвська О. Р. Культуротворчий потенціал закладів культури в Україні / Культурно-дозвілєва діяльність у сучасному світі : кол. монографія. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. С. 156-165.
4. Кравець Л. О. Еволюція соціальної функції бібліотек України в умовах російсько-української війни. Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції аспірантів, здобувачів, магістрів (7–8 квітня 2023 р.). Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2023. С. 193–197.
5. Філіна Т. В. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. Культура і сучасність : альманах. 2021. № 1. С. 228-232.

*Мнішенко Дар'я Русланівна*

*здобувачка кафедри артменеджменту*

*та івент-технологій НАКККіМ*

*bkd1120z.dmnishenko@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Дячук Валентина Павлівна,*

*кандидат культурології, доцент кафедри*

*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Дослідження впливу соціальних медіа на залучення аудиторії, створення залучальних контентів та побудову спільнот**

Вплив соціальних медіа на залучення аудиторії, створення залучальних контентів та побудову спільнот величезний і продовжує зростати з кожним роком.

Залучення аудиторії. Соціальні медіа надають унікальну можливість досягти широкої аудиторії, включаючи різні географічні регіони та демографічні групи. Ретельно налаштована реклама на платформах соціальних медіа може привертати конкретні групи аудиторії, що підвищує ефективність рекламної кампанії.

Використання різноманітних форматів контенту, таких як відео, зображення, текст, інфографіка, сторіз тощо, дозволяє привернути увагу аудиторії та стимулює її взаємодію з вашим брендом або подією. Контент, який спонукає до дії (наприклад, конкурси, виклики, питання для обговорення), зазвичай має більший ефект у взаємодії з аудиторією.

Побудова спільнот. Соціальні медіа створюють умови для формування спільнот навколо вашого бренду або події. Регулярне спілкування з аудиторією, відповіді на коментарі та повідомлення, організа-



ція онлайн-іве́нтів (наприклад, вебінарів чи АМА-сесій) сприяють залученню та утриманню спільноти.

Аналітика та вдосконалення стратегій. Соціальні медіа надають широкий спектр аналітичних інструментів, які дозволяють вам вимірювати ефективність вашої стратегії та вчасно коригувати її для досягнення кращих результатів.

Аналіз даних про взаємодію аудиторії з вашим контентом дозволяє зрозуміти їхні інтереси та уподобання, що в свою чергу допомагає у створенні більш залучального контенту. В цілому, соціальні медіа відіграють ключову роль у сучасному маркетингу, сприяючи залученню аудиторії, створенню змісту та побудові спільнот, а також надають можливість постійно вдосконалювати вашу стратегію просування.

Поява соціальних медіа кардинально змінила роль користувачів від пасивних спостерігачів до активних учасників, які зараз є співавторами контенту, завдяки їхній взаємодії та поведінці в Інтернеті. Поведінка, що відображає взаємодію із соціальними мережами, включає короточасну інтеракцію або довгочасну інтеракцію з контентом, пов'язаним з брендом, у соціальній мережі. *Рівень залучення має різні види: від простого типу залучення (наприклад, «подобається» публікація в Instagram) до вищих типів залучення клієнтів, а саме спільної діяльності (наприклад, створення відгуків або поширення публікації).* Згідно з дослідженнями Р. Долана, Дж. Кондуїта, Дж. Фахі та Р. Дж. Броді (2016 рік), на сторінках користувачів існує шість типів поведінки взаємодії із соціальними мережами: створення, сприяння, деструкція (відома як поведінка активної взаємодії), споживання, спокій та відрив (відомі як пасивні або більш індивідуальні форми взаємодії).

Інтерактивні характеристики поведінки залучення можуть привести до різного рівня інтенсивності. В останньому дослідженні рівня інтенсивності залучення аудиторії Р. Долан, Дж. Кондуїт, Дж. Фахі, Р. Дж. Броді (2016 рік) пропонують дві типології, які охоплюють шість груп поведінки (згадані вище). Як вони зазначають, він може бути пасивним (низьким) або активним (високим), а також позитивним або негативним.

Пасивне залучення визначається поведінкою користувача, який переглядає групу в Інтернеті та вподобає публікації, не беручи участі в жодних комунікаційних процесах, тоді як активне залучення визначається поведінкою користувачів, зацікавлених у інтеракції в інтернет-спільноті, шляхом участі в заходах, створення повідомлень, поширення інформації та надання емоційної підтримки іншим. Існують різні метрики для вимірювання інтенсивності пасивності чи активності рівня залучення користувачів в соціальних мережах. Наприклад, Р. Долан описує вподобання («афективна реакція») та коментування («активне та публічне обговорення») як активну поведінку в соціальних мережах, а читання вмісту та клацання є прикладами пасивної

поведінки під час взаємодії (Р. Долан, Дж. Кондуїт, Дж. Фахі, Р. Дж. Броді, 2016 рік). Це дослідження фокусується на поведінці активного залучення. Щоб визначити, як споживачі ставляться до вмісту, представленого на сторінці, це дослідження також враховує настрої коментарів, які можуть свідчити про позитивну (Й. Дорн) або негативну валентність (Л.Д. Холебек).

Спираючись на попередні дослідження, вміст соціальних медіа, який впливає на залучення, ми розробили три основні категорії контенту, такі як раціональний тип (інформаційний, функціональний, навчальний та поточний заходи); інтерактивний (експертний, особистий, спільнота брендів, стосунки з клієнтами та пов'язаний з ним контекст); контент, спрямований на перехід (винагорода та стимулювання збуту).у спілкуванні в соціальних мережах порівняно з менш інтерактивним вмістом (наприклад, фотографії), отже, сприятимуть поведінці, яка відображає більшу зацікавленість у формі активної взаємодії.

Результати вказують на необхідність подальшого не тільки теоретичного, але й емпіричного дослідження ролі різних типів контенту в соціальних мережах, щоби повністю зрозуміти їх використання та взаємозв'язок з рівнем залучення користувачів, тому ще одним фактором є врахування інтенсивності та частоти перебування потенційних споживачів в мережі Інтернет. Важливо враховувати вплив низки додаткових факторів, таких як використання (доступ, тривалість використання, частота входу, тривалість входу та частота оновлення профіля) та демографічні (стать, вік та група населення) змінні, на рівень залучення споживачів на різних етапах воронки продажів. Найбільш популярними пристроями для виходу в Інтернет є смартфони, і їхня penetрація продовжує зростати, що створює можливість для підвищення частоти трансляції та інтеракції з контентом.

Користувачі, які проводили більші періоди часу (дві або більше годин) у соціальних мережах, були більш сприятливими до впливу маркетингових комунікацій. Чим більше часу споживачі проводять у соціальних мережах, тим більше ймовірність того, що вони будуть переглядати та взаємодіяти з маркетинговими комунікаціями в соціальних мережах, що збільшить ймовірність пришвидшення прийняття рішення про покупку товару/послуги. Отже, організації та їхні торгові марки повинні враховувати цей фактор під час створення контенту для того, щоб заохочувати користувачів у соціальних мереж залишатися в мережі протягом більш тривалого періоду часу через брендові програми, ігри, конкурси та багато інших інтерактивних рекламних інструментів для розроблення сприятливих реакцій. Поява інтерактивних соціальних медіа дала можливість маркетологам спілкуватися з мільйонами споживачів. Жодна організація не може розвиватися без ефективної комунікаційної стратегії для своїх брендів задля створення сприятливих реакцій щодо ставлення серед споживачів або користувачів, для

яких на першочергових етапах воронка продажів починається з обізнаності про бренд/продукт/товар і закінчується придбанням товару або послуг.

Власники компаній, бізнесу та менеджери повинні розуміти, що в теперішніх умовах споживачі почали ще більше часу проводити в соціальних мережах, що, з одного боку, збільшило доступність цільової аудиторії з точки зору зростання тривалості часу на взаємозв'язок, з іншого боку, знизило рівень сприйняття інформації цільової аудиторії. Саме тому це ускладнює завдання щодо створення контенту та вибору відповідної платформи для того, щоб не тільки звернути увагу цільової аудиторії, але й закарбуватися в пам'яті, або навіть повзаємодіяти з дописом. Результати дослідження демонструють, що користувачі Instagram виявляють більш пасивну поведінку порівняно з фоловерами у Facebook, які, як правило, демонструють активну поведінку у формі коментування. Це може бути спричинено тим, що Facebook набагато частіше використовується зі стаціонарного комп'ютера або ноутбука, що дає змогу користувачам легше вводити коментарі порівняно зі смартфоном. Якщо метою контенту в соціальних медіа є отримання відгуків через коментарі та обговорення, цей висновок свідчить про те, що Facebook може мати вищий пріоритет під час вибору основної платформи в соціальних мережах. Однак необхідні подальші дослідження, щоб сегментувати тип користувачів на різних платформах та вплив на рівень залучення споживачів. Крім того, дослідження надає розуміння взаємозв'язку між форматом контенту та типом поведінки користувачів в соціальних мережах. Дослідження цих взаємозв'язків на детальному рівні має велике значення для менеджерів, оскільки вони можуть вибрати найбільш релевантний формат для розміщення їхнього контенту залежно від конкретного типу контенту (наприклад, раціональний, емоційний або транзакційний). Результати емпірично дослідження демонструють, що під час розміщення раціонального контенту використання формату «фото» створюватиме значно більшу кількість вподобань, ніж коментарів.

Це може мати позитивний вплив на підвищення «вірусності» допису, проте це може бути нерезультативним, якщо метою є підвищення коментарів та відгуків. Було виявлено, що в разі розміщення емоційного контенту використання відеоформату стимулюватиме активне залучення користувачів (у формі коментарів). Також було виявлено, що кількість коментарів до допису та негативне емоційне забарвлення цих коментарів суттєво стримують кількість вподобань до допису. Це спостереження ще раз підкреслює важливість створення активного залучення у формі позитивних коментарів для посилення тривалості «вірусної» активності допису у вигляді вподобань. Цікавий той факт, що користувачі схильні висловлювати свою думку та писати більше коментарів з негативними настроями, ніж з позитивними.

Менеджери повинні усвідомлювати наслідки негативних коментарів та поширень на платформах соціальних мереж, оскільки це може потенційно завдати шкоди бренду. Також було проведено дослідження впливу частоти використання та демографічних змінних на рівень залучення аудиторії на різних етапах воронки продажів у соціальних мережах, що допоможе враховувати додаткові факторів, такі як використання (доступ, тривалість використання, частота входу, тривалість входу та частота оновлення профіля) та демографічні (стать, вік та група населення), під час розроблення стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій залежно від поведінки цільової аудиторії в Інтернеті та кінцевої цілі кампанії.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя, і їхня роль у бізнесі стає дедалі вагомішою. Маркетинг у соціальних мережах, або СММ (SMM), є одним із ключових інструментів просування бренду, залучення аудиторії та збільшення продажів.

#### **Список використаних джерел**

1. Dolan R., Conduit J., Frethey-Bentham C., Fahy J., Goodman S. Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content. *European Journal of Marketing*. 2019. 10.1108/EJM-03-2017-0182. P. 47–65
2. Coelho R.L.F., Oliveira D.S.d., Almeida M.I.S.d. Does social media matter for post typology? Impact of post content on Facebook and Instagram metrics. *Online Information Review*. 2016. № 40(4). P. 458–471
3. Ashley C., Tuten T. Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing*. 2015. № 32(1). P. 15–27
4. Tafesse W. Content strategies and audience response on Facebook brand pages. *Marketing Intelligence and Planning*. 2015. № 33(6). P. 927–943
5. Vries L. De, Gensler S., Leeftang P.S. Popularity of brand posts on brand fan pages: An investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*. 2012. № 26(2). P. 83–91.
6. Swani K., Milne G., Brown B. Spreading the word through likes on Facebook: Evaluating the message strategy effectiveness of fortune 500 companies. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 2013. № 7:4. P. 269–294.

*Моша Олександра-Анна Сергіївна*  
здобувачка Київського національного  
університету культури і мистецтв  
*sanasun0001@gmail.com*

*Науковий керівник: Оборська Світлана Валентинівна,*  
кандидат мистецтвознавства, професор  
Київського національного університету культури і мистецтв

## **Сучасні благодійні івенти в культурному просторі України**

На початку повномасштабного вторгнення в Україну збройних сил російського війська у сфері подієвої культури зникли будь-які

розважальні заходи та необхідність в них, оскільки було порушено 2-га по важливості потреба людини за пірамідою Маслоу [1] – потреба у безпеці. Це перестало бути актуальним, як і багато інших сфер, оскільки населення України в першу чергу намагалося вижити та врятувати сім'ю чи рідних. Перший час було складно збагнути чи здогадатися як зміниться подієва культура. Та вже майже одразу, опанувавши страх та інстинкти самозбереження, ми спостерігаємо як спочатку за кордоном від маленьких заходів, так і до масштабних івентів відбувся сплеск подій, мета яких була допомога Україні. А з часом ця практика перейшла і в Україну, трансформуючись у збори для військових, чи інші благодійні цілі, задля допомоги у боротьбі з загарбниками, відправка гуманітарної допомоги та багато інших сфер. Так подієва культура благодійності набула широке розповсюдження.

Таким чином, одним із перших благодійних івентів є концерт Океана Ельзи «І все буде добре» [2]. Він відбувся у підземній станції метро м.Києва на «Золотих воротах» трансляцію заходу побачили у 14 країнах, а отримані кошти передали в благодійний фонд під назвою «Твоя опора». Дану тенденцію перейняли всі, починаючи від артиста, що їде туром, закінчуючи клубами, що відновили діяльність, розпочавши повністю чи частково відправляти прибутки на потреби ЗСУ чи в благодійні фонди, реакція суспільства на концерт була схвальною. А от на відновлення вечірок було різко негативним, цю тенденцію можна побачити і досі, оскільки у багатьох українців рідні на фронті, або ще гірше, загинули. Також це пов'язано з тим, що важко усвідомити, що з однієї сторони в Україні хтось щоденно віддає своє життя, а в інших містах, чи навіть у кілька сот кілометрів хтось може розважатися.

З часом, заходи почали проводити масово, майже повністю відновившись, а в українській подієвій культурі визначилися певні правила проведення заходів, базуючи цілі на допомозі у боротьбі з військами РФ [3].

Тенденції поширення різноманітних ярмарок, мета яких збір коштів для допомоги військовим чи тим, хто постраждав від російської агресії. Для прикладу ярмарка «Волонтерських крафт» у м. Кропивницький [4], весь прибуток якого відправили на потреби українського війська. Проводячи ярмарку, збирали гроші на плетіння сіток, на сухі супи для захисників та захисниць. Випічка, сувеніри, тематичний одяг та аксесуари – все це використовувалось для досягнення мети заходу.

Ще з прикладів у музичній сфері івентів, що зараз дуже розповсюджено – це музичні концерти, за вхід потрібно внести донат для ЗСУ. Благодійний музичний захід від BEREZYNA у Южному [5], концерт «Жадана і Собак» у Полтаві [6], благодійний концерт від Львівської філармонії [7], Благодійний концерт гуртів «Хейтспіч» та «Кажан і Нунчаки» [8] та багато багато інших концертів.

Ще один із нових видів культурних подій, що віднедавно започаткувався – це благодійні кінопокази. Їхня суть заключається у тому, що прибуток від квитків відправляється на той чи інший збір. Можна навести для прикладу Благодійний кінопоказ в Ірпені [9], де Ірпінська молодіжна рада ініціювала збір для придбання Старлінку для однієї з бригад «Кара-Даг» від Гвардії Наступу. Або кінопоказ у Вишневому, де у кінотеатрі «Лінія Кіно» відбувся показ фільму «Снайпер» [10]. Крім перегляду фільму, передбачалося спілкування з акторами та фотосесія.

Ці культурні події та багато інших показують, як змінилося сприйняття івентів, що культура не «поза політикою», навіть маленький внесок може призвести до великих змін, в єдності ми можемо не просто допомогти, а й зробити значний внесок в ту чи іншу сферу. Через благодійні івенти відбувається вплив на хід подій на фронті та допомога військовослужбовцям.

### Список використаних джерел

1. Психологер: Піраміда Маслоу: Ієрархія потреб URL : <https://psychologer.com.ua/piramida-maslou/> (дата звернення : 02.03.2024).
2. ГлавредWeekend. Концерт О.Е. у київському метро. URL : <https://glavred.net/stars/3-letnyaya-zvezda-soc-setey-i-uchastnik-golosa-krijini-12-speli-s-gruppy-ocean-elzy-v-kijevskom-metro-10367064.html> (дата звернення : 3.03.2024).
3. МАХМАГ. Благодійні івенти на підтримку України. URL : <https://mixmagukraine.com/feature/blahodiyini-zakhody-na-pidtrymku-ukrayiny-koryst%CA%B9-ta-krytyka> (дата звернення : 04.03.2024).
4. Suspilne Кропивницький. Ярмарок «Волонтерський крафт» URL : <https://suspilne.media/kropyvnytskyi/553923-u-kropivnickomu-pid-cas-armarku-zbirali-grosidla-ukrainskih-vijskovih/> (дата звернення : 7.03.2024).
5. BEREZYNA. Благодійний концерт на підтримку ЗСУ. URL : <https://www.yuzhny.info/yuzhny-vestnik/panorama/vkhid-za-donat-v-iuzhnomu-vidbudetsia-kontsert-na-pidtrymku-zsu/> (дата звернення : 10.03.2024).
6. Зміст. Концерт «Жадана і Собак» у Полтаві URL : <https://zmist.pl.ua/news/vygrajte-dva-kvytku-na-konzert-zhadana-i-sobak-u-poltavi-za-donat-na-starlink-dlya-vijskovykh> (дата звернення : 10.03.2024).
7. Пряма мова Львова. Благодійний концерт львівської філармонії. URL : <https://www.nta.ua/kvytok-yak-donat-dlya-zsu-lvivska-filarmoniya-zaproschue-na-blagodijnyj-konzert/> (дата звернення : 12.03.2024).
8. Люк. Благодійний концерт гуртів «Хейтспіч» та «Кажан і Нунчаки» URL : <https://lyuk.media/announcements/hatespeech-kazhan-i-nunchaky/> (дата звернення : 12.03.2024).
9. Незламні. СІТУ Кінопоказ в Ірпені. URL : <https://nezlamni.city/articles/328170/v-irpeni-vidbuvsya-blagodijnyj-kinoporokaz-na-pidtrimku-zsu> (дата звернення : 12.03.2024).
10. Київщина 24/7. Кінопоказ у Вишневому. URL : <https://kyivschina24.com/news/napidtrymku-zsu-u-vyshnevomu-vidbudetsya-blagodijnyj-pokaz-filmu/> (дата звернення : 12.03.2024).

**Останчук Анна Олександрівна**  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
bkd1120.aostapchuk@dakkkim.edu.ua

Науковий керівник: **Дячук Валентина Павлівна**,  
кандидат культурології, заслужений працівник культури  
доцент кафедри артменеджменту та івент технологій НАКККіМ

## **Сайт як складова іміджу компанії**

Сучасний світ економічної та міжособистісної комунікації все більше довіряє цифровим ресурсам. При вирішенні питань, які стосуються здоров'я чи майбутнього житла, люди звертають увагу на відгуки про лікарів та лікарні, а також на інформацію про забудовників. Першим кроком у їхньому пошуку є вивчення сайту організації, оцінка достовірності інформації та її представлення.

Корпоративний імідж є критично важливим елементом для будь-якої компанії, оскільки він прямо впливає на рівень довіри, який споживачі та партнери мають до неї. Позитивний імідж відкриває двері до підвищеної репутації, що, в свою чергу, може визначити успіх у конкурентному бізнес-середовищі.

Завдяки позитивному іміджу, компанія отримує можливість підвищити рівень довіри серед клієнтів та партнерів. Коли споживачі відчувають впевненість та позитивні емоції від спілкування з брендом, це сприяє збільшенню клієнтської лояльності. Лояльність в свою чергу визначає ступінь повторних покупок та довгострокових відносин з клієнтами.

Ефективний корпоративний імідж також допомагає компанії виділитися серед конкурентів, особливо в насичених ринкових умовах. Створення унікальної ідентичності дозволяє привертати увагу споживачів та партнерів, надаючи компанії конкурентну перевагу. У цьому контексті, позитивний імідж може бути вирішальним фактором при виборі товарів чи послуг.

Вебсайт в сучасному бізнес-середовищі відіграє ключову роль у формуванні іміджу компанії, оскільки він є одним з основних інструментів комунікації з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Його основна мета – залучити нових клієнтів чи партнерів (або зміцнити існуючу партнерську співпрацю), розвинути бізнес шляхом розкриття переваг компанії, докладного опису її діяльності, послуг чи товарів.

Мета створення такого сайту залежить, безпосередньо, від бажань чи потреб самої компанії. У тому числі це може бути захоплення нової ніші або вихід на міжнародний ринок.

Структура веб-сайту є фундаментальним елементом успішного його функціонування та взаємодії з користувачами. Цей аспект визна-

час, наскільки легко та ефективно відвідувачі можуть знаходити необхідну інформацію та взаємодіяти з контентом. Дві ключові складові, які визначають зручність та логічність веб-сайту, – це навігація та інформаційна архітектура.

Навігація є путівником, який веде користувачів через різні розділи та сторінки веб-сайту.

Інформаційна архітектура визначає, як структурована та організована інформація на веб-сайті. Це охоплює логічну ієрархію сторінок, визначення ключових розділів та забезпечення доступності інформації. Ефективна інформаційна архітектура робить сайт легко зрозумілим і доступним для різних категорій користувачів.

В сучасному світі віртуальної взаємодії інтернет-простір стає не тільки важливою платформою для розміщення інформації, але і суттєвим елементом будь-якого бізнес-стратегічного плану. Веб-сайт компанії стає віртуальною візитівкою, яка визначає її присутність у цифровому середовищі та взаємодії з аудиторією. Аналіз існуючих веб-сайтів компаній та їх впливу на імідж стає невід'ємною частиною стратегічного маркетингу та корпоративної репутації.

Цей аналіз охоплює широкий спектр аспектів, від дизайну та взаємодії з користувачем до якості інформаційного наповнення та стратегій візуалізації продуктів чи послуг. Висвітлюються особливості підходів великих компаній, а також ті аспекти, які впливають на імідж та сприйняття бренду в онлайн-середовищі.

Однією з ключової мети цього аналізу є виявлення того, як компанії використовують свої веб-сайти для підтримки свого іміджу та сприяння бізнес-цілям. Варто враховувати, що в сучасному світі, де візуальність та цифрова репутація грають ключову роль, веб-сайт може бути не лише інструментом забезпечення інформацією, але і справжнім каналом взаємодії з аудиторією та засобом формування враження про бренд.

У цьому контексті, подальший розгляд індивідуальних елементів та стратегій веб-сайтів компаній дозволяє визначити тенденції, ефективні підходи та висвітлити ті аспекти, які варто враховувати при розробці чи оптимізації власного інтернет-простору. Цей аналіз допомагає розкрити, наскільки веб-сайти компаній впливають на їхній імідж та як вони адаптуються до змін у цифровому середовищі для досягнення стратегічних бізнес-цілей.

Таким чином, сучасний світ надзвичайно цінує корпоративний імідж, який визначається не лише якістю продукту чи послуги, але й способом, як ця інформація представлена на веб-сайті компанії. Веб-сайт виступає не лише як інформаційна платформа, але й як важливий засіб комунікації з аудиторією та формування позитивного враження про бренд.

Створення позитивного іміджу через веб-сайт дозволяє компаніям



залучати та утримувати клієнтів, а також виділятися серед конкурентів. Для досягнення цих цілей важливо мати чітку структуру сайту, зручну навігацію та логічно побудовану інформаційну архітектуру.

Аналіз веб-сайтів компаній показує, що вони використовують цей інструмент для підтримки іміджу та досягнення бізнес-цілей. Успішні компанії розуміють важливість візуальної привабливості, відповідності до брендового стилю та здатності сприймати потреби своїх клієнтів.

Отже, веб-сайт компанії в сучасному бізнес-середовищі відіграє важливу роль у формуванні іміджу та комунікації з аудиторією, що робить його невід'ємною частиною стратегічного маркетингу та корпоративної репутації.

#### **Список використаних джерел**

1. Булгакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2017. Вип. 13. Ч.1. С. 31-36
2. Веб-дизайн і розробка сайтів – це дві важливі складові успішної онлайн-присутності. URL : <https://portal.cx.ua/veb-dyzajn-i-rozrobka-sajtiv-tse-dvi-vazhlyvi-skladovi-uspishnoi-onlajn-prysutnosti/> (дата звернення: 02.01.2024).
3. Веб-дизайн: ключ до успішного створення сайту. День за днем. URL : <https://denzadnem.com.ua/blogy/korysni-porady/150609> (дата звернення: 02.01.2024).
4. Корпоративний імідж як забарвлений цілісний образ. URL : <https://naurok.com.ua/urok-korporativniy-imidzh-yak-zabarvleniy-cilisniy-obraz-152623.html> (дата звернення: 02.01.2024).
5. Структура сайту: основні види та правила їх розробки структура веб сайту. URL : <https://webtunc.com.ua/statti/web-rozrobka/struktura-sajtu/> (дата звернення: 01.01.2024).
6. Що таке корпоративний імідж? Які фактори впливають на імідж. Digital Marketing Agency. URL : <https://destudio.com.ua/shho-take-korporativnyj-imidzh/> (дата звернення: 02.01.2024).

***Павлученко Михайло Володимирович**  
магістрант кафедри артменеджмента  
та івент-технологій НАКККіМ,  
mkd1123.mpravluchenko@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: **Філіна Тетяна Вікторівна**,  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Культурні потреби дітей та молоді в Україні: виклики та шляхи вирішення**

На початку XXI століття особливою гостроти набуває питання соціального-культурного становлення дітей та молоді. Збройні конфлікти, техногенні катаклізми, соціальні негаразди негативно впливають на підростаюче покоління і призводять до проблем соціалізації та інкультурації особистості.

В Україні ці процеси набувають особливого значення, і потребують негайного вирішення. Серед головних проблем можна виокремити: високий рівень захворюваності дітей та підлітків; девіантна поведінка в підлітковому середовищі; значна частка дітей, які потребують

особливої турботи держави; насильство щодо дітей; негативний вплив на неповнолітніх комп'ютерних технологій, неконтрольованого контенту інформаційно-телекомунікаційної мережі Інтернет і публікацій у засобах масової інформації; диспропорція соціальної інфраструктури для дітей, обсягу та якості доступних для дітей та їх сімей послуг, об'єктів безпечного міського середовища, сприятливого для росту і розвитку дітей, в різних районах міста, а також у сільській місцевості; відсутність дієвих механізмів забезпечення участі дітей у суспільному житті, вирішенні питань, які зачіпають їх інтереси [2]. У зв'язку з чим, першочергового значення набуває процес формування і задоволення культурних потреб дітей та молоді.

Сучасні науковці розділяють поняття «соціальні потреби» та «культурні потреби», які переплітаються між собою. Формування та способи реалізації таких потреб залежать від рівня освіти, соціального статусу та загального рівня розвитку особистості. Соціокультурні потреби різноманітні, супроводжують людину протягом усього свідомого життя і є джерелом розвитку особистості. Вони проявляються в таких сферах життя людини як освіта, духовність та дозвілля. Отже, соціальні потреби – це потреби у спілкуванні та самовдосконаленні, в альтруїзмі та дружбі, в свободі та схваленні оточуючих, у прагненні до влади та самореалізації.

Культурні потреби – це потреби в освіті, освоєнні художніх цінностей, духовному розвитку, творчій діяльності [4, с. 229]. Задоволення культурних потреб відбувається в процесі виховання, здобуття освіти та дозвілля особистості. Саме тому, необхідною умовою задоволення культурних потреб дітей та молоді є залучення до організаційної діяльності дорослих, які забезпечують кваліфікований супровід у соціальному середовищі.

Культурна політика держави є важливою складовою системи забезпечення культурних потреб людини. Культурні інституції, діяльність яких регулює держава, формують соціальну та культурну активність особистості, створюють, транслюють та популяризують культурні продукти. Культурні продукти задовольняють культурні потреби людей, шляхом розповсюдження у національному інформаційно-культурному просторі. Культурні продукти вироблені українськими культурними виробниками є унікальними і неповторними, вони створюються на основі національних особливостей та з урахуванням світових культурних та мистецьких традицій [3, с. 448].

Однією зі складових процесу задоволення культурних потреб дітей та молоді є культурно-дозвіллова діяльність, яка поєднує навчання, дозвілля і задоволення культурних потреб, стимулює самореалізації. У вільний час діти та молодь займаються цікавою і змістовною діяльністю, яка викликає почуття радості і впевненості у своїх силах, розширює коло спілкування з дорослими і однолітками, наповнює значущим

змістом, а в підсумку формує основи загальної культури, в тому числі соціальної [1, с. 17]. Якісно організована і реалізована культурно-дозвіллева діяльність надає дітям та молоді можливість пізнавати нове, знайомитися з цікавими особистостями, відвідувати визначні місця, самостійно створювати креативні події. Першочергове значення у цьому відіграють заклади культури діяльність, яких спрямована на задоволення культурних потреб, розвиток моральних якостей, ознайомлення із здобутками культурно-мистецької сфери та формування мотивів поведінки дітей.

Необхідно зазначити, що існує ряд проблем, які впливають на формування та задоволення культурних потреб українців, зокрема: недостатнє фінансування сфери культури; невиконання програм розвитку культури на місцевому рівні; брак закладів культури та їх територіальна віддаленість від споживачів; низький рівень інформаційної доступності закладів культури; фінансова неспроможність громадян [4, с. 231].

Таким чином, з початком повномасштабного вторгнення система задоволення культурних потреб дітей та молоді зіткнулася з рядом проблем, які вирішуються відповідно до регіональних особливостей. У відносно спокійних частинах держави, які не зазнали суттєвих матеріальних втрат, культурно-дозвіллеві заходи можуть відбуватися у звичному режимі, з урахуванням правил безпеки під час повітряних тривог.

На деокупованих територіях, які постраждали внаслідок воєнних дій, подібні заходи мають ретельно продумуватися зважаючи на всі можливі ризики.

У прифронтових населених пунктах активна діяльність по задоволенню культурних потреб наразі неможлива, втім доцільними можуть бути онлайн-заходи, створення рекомендацій для педагогів та батьків щодо проведення заходів в укриттях. Окрім цього, важливою складовою системи задоволення культурних потреб дітей і молоді має стати участь психологів та соціальних педагогів.

#### **Список використаних джерел**

1. Гриньків А. Роль культурно-дозвіллевої діяльності у процесах соціалізації дитини. Вісник Інституту розвитку дитини. Сер.: Філософія, педагогіка, психологія, 2014. № 33. С. 15-20.
2. Могілевська В. М. Культурно-дозвіллева компетентність дитини і сімейні цінності. URL : [https://virtkafedra.ucoz.ua/el\\_gurnal/pages/vyp181/12Mogilevska.pdf](https://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp181/12Mogilevska.pdf) (дата звернення: 2.05.2024).
3. Філіна Т. Культурна політика держави в системі забезпечення культурних потреб людини. Грааль науки, 2021. № 9. С. 444-448.
4. Філіна Т. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. Культура і сучасність, 2021. № 1. С. 228-232.

*Рибцицька Христина Анатоліївна*  
здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
bkd119.hrybytska@dakkkim.edu.ua

Науковий керівник: *Філіна Тетяна Вікторівна*,  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Задоволення культурних потреб українців під час війни**

У період повномасштабної війни українська культура продовжує існувати і розвиватися, незважаючи на складні умови. Культурні трансформації та процеси є надзвичайно актуальними, адже в умовах протистояння російській агресії культура та креативні індустрії стають інструментом гібридної війни. Втім, попри виклики та труднощі українська культура здебільшого адаптується, відновлюється та продовжує задовольняти культурні потреби громадян.

Людина як суб'єкт культури пристосовується до реальності за допомогою самопізнання та самовираження, водночас задовольняючи свої потреби. Саме культура є найголовнішим механізмом адаптації людини в суспільстві, який відіграє важливу роль у воєнний час, допомагаючи людям знайти підтримку, виразити себе та зберегти ідентичність.

Необхідно зазначити, що в сучасній науковій літературі доволі часто зустрічається поняття «соціокультурні потреби». Соціальні і культурні потреби пов'язані з культурним та соціальним середовищем і тісно переплітаються між собою. Їх формування та способи реалізації залежать від рівня освіти, соціального статусу та загального рівня розвитку особистості. Соціокультурні потреби різноманітні, супроводжують людину протягом усього свідомого життя і є джерелом розвитку особистості. Вони проявляються в таких сферах життя людини як освіта, духовність та дозвілля. Утім, поняття «соціальні потреби» та «культурні потреби» необхідно розрізняти. Так, соціальні потреби можуть розглядатися як вроджені, а культурні формуються і розвиваються в результаті впливу культури на людину [2, с. 229].

В умовах кризи глобального і локального масштабів відтворення культурних і духовних потреб різних груп населення набуває особливої актуальності, оскільки підвищується ризик їхнього витіснення на периферію індивідуальної і суспільної значимості під впливом економічного тиску і вкорінення соціокультурної нерівності. При тривалому перебуванні громадян у неупорядкованому соціокультурному просторі існує ризик ідентифікаційної розмитості, порушення усталеності духовних інтересів і моральних цінностей, а відтак посилення соціального відчуження [1, с. 62].

Під час воєн та соціальних трансформацій спостерігаються нові

тенденції в процесі формування культурних потреб. Гостро постає питання відповідальності держави за вільний доступ та широке залучення громадян до культурних благ – цінностей світової та національної культури. Формування культурних потреб впливає на духовний і моральний клімат, розвиток демократичних процесів та функціонування громадянського суспільства. Держава зобов'язана підтримувати і розвивати культуру, опікуватися питанням формування культурних потреб населення. Якісне задоволення культурних потреб впливає на формування культурного капіталу суспільства, адекватного тим завданням, які стоять перед ним в умовах суспільної трансформації. Під час російської агресії культурні потреби допомагають підтримувати духовний стан населення, зберегти ідентичність, згуртованість спільноти, виражати солідарність та протест проти насильства [2, с. 229].

У сучасній Україні існує низка проблем, які впливають на формування культурних потреб українців. До таких проблем можна віднести: втрата культурних цінностей; порушення доступу до культурних благ; втрата мовної та культурної ідентичності; руйнування культурної спадщини; емоційний стрес та травми; недостатнє фінансування сфери культури; невиконання програм розвитку культури на місцевому рівні; брак закладів культури та їх територіальна віддаленість від споживачів; низький рівень інформаційної доступності закладів культури; фінансова неспроможність громадян.

Таким чином, нині українці існують у принципово новому середовищі, що вимагає усвідомленого відношення до задоволення своїх потреб. Культурні потреби та способи їх задоволення, культурні продукти, які споживає людина, визначають її як особистість. Необхідно зазначити, що важливою складовою споживання культурних продуктів під час війни, є забезпечення доступу до культурних цінностей та благ. Культура є не лише засобом самовираження, але і збереження ідентичності та згуртованості спільноти під час кризи. Окрім цього, необхідно враховувати, що воєнний конфлікт може створювати складні умови для розвитку культурного життя, такі як цензура, обмеження доступу до культурних цінностей та проблеми з фінансуванням. Тому необхідно приділяти увагу захисту культурних прав та свобод громадян під час військових конфліктів, а також забезпечувати достатні ресурси для підтримки культурних заходів та проєктів в умовах кризи. В зв'язку з чим, підтримка культурних ініціатив, збереження культурної спадщини та забезпечення доступу до культурних продуктів є одним з ключових аспектів гуманітарної допомоги та реабілітації в умовах воєнного конфлікту.

#### **Список використаних джерел**

1. Костенко Н. В. Динаміка культурних потреб населення України: очікування і ризики. Наука та інновації, 2010. Т. 6, № 6. С. 60-66.
2. Філіна Т. В. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. Культура і сучасність, 2021. № 1. С. 228-232.

3. Filimonova-Zlatohurska Y., Poperechna, G., Nikolenko K., Poliuha V., Shevel I. Transformation of the cultural development of the Ukrainian people in the context of military realities: philosophical reflections on dilemmas. Amazonia Investiga, 2023. № 12 (63). P. 224-232.

**Серьогіна Ольга Сергіївна**

*здобувачка кафедри артменеджменту  
та івент технологій НАКККіМ  
bkd1120z.oshostak@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Пількевич Віталій Людвинович,  
заслужений економіст України, кандидат юридичних наук,  
доцент кафедри артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

### **Інноваційні послуги в закладах культури (на прикладі Палацу культури «Енергетик» Української міської ради)**

Незважаючи на наявність вагомої наукової бази, через постійні зміни в науці, дослідження загальних та пріоритетних напрямів інновацій в закладах культури залишається актуальним завданням як в практичній так і в теоретичній площині.

Вплив інноваційних послуг на розвиток закладів культури: аналізується, як впровадження інноваційних послуг може покращити якість та доступність культурних заходів для громади, залучити нову аудиторію та збільшити популярність культурного закладу.

Стратегії впровадження інноваційних послуг: досліджуються стратегії та методи, що можуть бути застосовані для успішного впровадження інноваційних послуг у культурному закладі на прикладі Палацу Культури «Енергетик».

Роль технологій у розвитку культурних послуг: розглядається вплив сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, мобільні додатки та онлайн-платформи, на розвиток інноваційних послуг у культурних закладах.

Взаємодія з громадою та залучення аудиторії: аналізується важливість активної взаємодії з громадою та залучення аудиторії до процесу розробки та впровадження інноваційних послуг у Палаці Культури «Енергетик».

Використання інновацій для збереження культурної спадщини: досліджується, як інноваційні підходи, що можуть бути використані для збереження, вивчення та презентації культурної спадщини через діяльність Палацу Культури «Енергетик».

Фінансування та економічна ефективність інноваційних послуг: розглядаються питання фінансування впровадження та підтримки інноваційних послуг у культурному закладі, а також їх вплив на економічну ефективність та фінансову стійкість.

Інноваційний розвиток вимагає належного методологічного, тех-

ніко-технологічного та ресурсного забезпечення, інакше неможливо повною мірою використати потенціал інновації. Значущим прикладом для наслідування можуть служити високорозвинені країни та їх моделі інноваційного розвитку. Україні потрібно враховувати глобальний досвід більш розвинених країн у сфері інноваційного розвитку культури й адаптувати його до власних національних умов.

На підставі SWOT-аналізу для Палацу культури «Енергетик» можна зробити висновок, що ПК потребується негайний ремонт та модернізація інфраструктури, щоб забезпечити комфорт та безпеку відвідувачів і покращити загальний враження від закладу. Потрібно розробити та впровадити нову маркетингову стратегію, яка б забезпечила приваблення нових відвідувачів та партнерів, впровадити інноваційні послуги. Потрібно бути більш активним у реагуванні на конкурентні заклади культури та розважальних комплексів шляхом впровадження новаторських програм та послуг.

Можливі шляхи удосконалення послуг для Палацу культури «Енергетик» через інновації:

Перший напрямок – необхідно впроваджувати різноманітні програми навчання та розвитку персоналу.

Другий напрямок – варто створити мобільний додаток для Палацу Культури «Енергетик», який може стати чудовим способом покращення обслуговування відвідувачів.

Третій напрямок – варто створити веб-сайт зі зручною навігацією та інформацією про події, можливість купівлі квитків онлайн, публікація новин та оновлень у соціальних мережах.

Четвертий напрямок – пропонується розробити програму «Вертикальна подорож у світ мистецтва», дозволить відвідувачам насолоджуватися мистецтвом у новому світлі та розвивати свої здібності, активно взаємодіяти з експозицією та отримувати задоволення від участі у різноманітних заходах.

П'ятий напрямок – варто укласти партнерські угоди з компаніями, які спеціалізуються на наданні інноваційного обладнання та технологій для сфери культури.

Шостий напрямок – варто залучати громадськість, відстежувати її потреби та бажання. В якості прикладу наведемо опитування, щодо впровадження інноваційних послуг в Палаці культури «Енергетик».

Розрахувавши загальний інноваційний бюджет по ринковим цінам, ми встановили, що загальні витрати на розробку та впровадження інноваційних послуг можуть становити від 50 000 до 500 000 грн або більше, залежно від обсягу та складності проекту. Отримання фінансування для палацу культури «Енергетик» на інноваційні послуги може бути реалізоване через кілька можливих джерел: державні гранти, місцевий бюджет, спонсорські програми, фонди підтримки культури, крауфандинг тощо.

Упровадження інноваційних послуг у Палаці культури «Енергетик» може допомогти залучити нових відвідувачів та задовольнити потреби існуючої аудиторії. Це може включати в себе впровадження технологічних інтерактивних виставок, цифрові аудіо- та відеоекспозиції, онлайн трансляції подій та інші інноваційні формати розваг та культурних заходів. Інноваційні послуги можуть зробити палац культури більш привабливим для відвідувачів, стимулювати їхню участь та сприяти розвитку культурного життя в регіоні.

#### **Список використаних джерел**

1. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2023. 340 с.
2. Воронков Д.К., Погорелов Ю.С. Розвиток підприємства: управління змінами та інновації : монографія. Харків. : АдВА, 2019. 435 с.
3. Виноградова О.В. Реінжиніринг бізнес-процесів торговельних; підприємств : монографія. Донецьк ДонДУЕТ, 2022. 183 с.
4. Вуйма А. Г. Традиції та новаторство як дві протилежності в діалектиці культури. Проблема традиції в українській культурі: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції курсантів, студентів та молодих учених. Харків : НУЦЗУ, 2020. С. 36-38.
5. Жалдак Г. Класифікація інновацій та їх соціальний підвид. Економічний аналіз, 2022. Т. 10(4). С. 92-95.

***Скрипльова Єлизавета Сергіївна***

*здобувачка НАКККіМ*

*bkd1122.eskryplova@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: **Філіна Тетяна Вікторівна**,  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

## **Проблеми українських благодійних організацій у сфері відбудови**

Сфера відбудови України стала актуальною з початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації. Це пов'язано з тим, що об'єми необхідної допомоги моментально зросли в рази. Починаючи з 2014 року створювались тільки акції по відбудові (наприклад акція – Будемо Україну разом, яка в 2022 стала громадським об'єднанням (ГО)). Створення благодійних організацій (БО) на той момент не було актуальним, адже ніхто не вбачав достатнього об'єму роботи. Нині проблеми українських благодійних організацій у сфері відбудови існують у різних площинах: юридично-правовій та економічній.

Юридично-правова площина діяльності благодійних організацій врегульована Законом України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» [3], а громадські організації мають право проводити власну діяльність, керуючись Конституцією України та Законом України «Про громадські об'єднання» [4].



Якщо звернутися до конкретного поля правових відносин, які мають бути врегульовані усередині БО (ГО), тут виникає і досі існує низка проблем. Зокрема, проблема юридичного оформлення відносин між БО та волонтером, як суб'єктом, який протягом волонтерської діяльності є, де-факто, членом БО. Жоден закон, постанова, підзаконний акт не регулює подібні відносини, залишаючи це питання на власний розсуд керівництва БО. Таким чином, є непоодинокими випадки, коли волонтери не мають жодних юридичних гарантій та договору з БО. Яскравим прикладом є відсутність медичного страхування чи страхування життя під час роботи на об'єктах зруйнованої житлової і нежитлової інфраструктури, будівельних робіт із відновлення, демонтажу тощо. Тобто, будь-який вид неоплачуваної діяльності на волонтерських засадах, який потенційно може нести загрозу життю чи здоров'ю людини, не покривається жодним документом, який мав би юридичну силу та зобов'язання зі сторони БО, яка співпрацює з волонтерами.

Економічна площина тісно пов'язана з юридично-правовою. Недосконалість останньої призводить до проблем із керуванням коштами на рахунках БО. Виведення та надходження коштів, верифікація джерела надходження коштів тривають значно довше, ніж необхідно в умовах воєнного часу та великої кількості термінових запитів на відбудову. Внаслідок економічних проблем затримується організація логістики, закупівля необхідних будівельних матеріалів та інструментів, оплата підрядникам тощо. Тому, з'являються непідзвітні рахунки на які швидко збирають, а потім використовують гроші, що призводить до неможливості офіційно відслідковувати фактичні надходження та витрат БО. Такі перешкоди негативно впливають на масштаб проекту, обмежують можливості досягнення запланованих цілей та створюють умови для виникнення корупційних схем та ризиків [2].

Наразі існує думка, що всі гроші які поступають на відбудову мають витрачатись централізовано, а не розділятися між областями, населеними пунктами, громадами та БО. Швидкість та якість залучення коштів на пряму залежить від навичок фандрайзингу, активності, зв'язків, навіть знання англійської мови працівників або проектно найманих працівників БО [1].

Отже, підсумовуючи, можна зазначити, що проблеми українських організацій в сфері відбудови існують в юридично-правовій та економічних площинах. Недостатньо чітке правове регулювання діяльності благодійних організацій призводить до хаотичної побудови внутрішніх процесів та часто байдужого ставлення до волонтерів всередині благодійних організацій. Також законодавча недосконалість породжує колізії та можливості для створення корупційних схем та махінацій. На мою думку, у цих проблемах є спільна складова – це відсутність гарного як внутрішнього так і зовнішнього менеджменту. Відсутність чіткого плану дій, цілей та фінальної мети створює проблеми загаль-

нонаціонального масштабу що є перешкодою для швидкої відбудови України під час війни та повоєнний час.

#### **Список використаних джерел**

1. Дослідження ініціатив у сфері повоєнного відновлення. URL : [https://ednannia.ua/images/Master\\_version\\_UKR\\_Rebuilding.pdf](https://ednannia.ua/images/Master_version_UKR_Rebuilding.pdf) (дата звернення 20.04.2024).
2. Матюшенко Д. О. Менеджмент міжнародних благодійних проєктів : кваліфікаційна бакалаврська робота : спец. 073 Менеджмент. Житомир, 2023. 43 с.
3. Про благодійну діяльність та благодійні організації : Закон України від 05.07.2012 р. № 5073-VI : станом на 23 січ. 2024 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
4. Про громадські об'єднання : Закон України від 22.03.2012 р. № 4572-VI : станом на 27 лип. 2023 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 20.04.2024).

**Спасіченко Володимир Олександрович**  
*здобувач кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
spasichenko.nadou@gmail.com*

*Науковий керівник: **Воробйова Наталія Петрівна,**  
кандидат економічних наук, доцент, доцент  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Стратегічний розвиток організацій сфери культури в умовах зовнішніх викликів**

Культура завжди була супутником війн, а війни в свою чергу завжди були випробуванням культури, зазначав Джордж Макдональд Фрейзер. За останні 20 років наша країна пережила кілька економічних криз, пандемію COVID-19 і зараз ми знаходимось в активній фазі повномасштабної війни. Все це прямим чином впливало і впливає на культуру та її представників. Проте нові виклики змушують ринок адаптуватись, вдаючись до різноманітних експериментів та інновацій.

На початку пандемії, коли всі сиділи по своїх домівках, став популярним напрям онлайн концертів. За невеликі гроші люди могли придбати квиток-посилання на онлайн концерт. Перейшовши за посилання в умовлений час, вони дивились пряму трансляцію концерту або спектаклю із зали філармонії, театру або іншої концертної зали. Таким чином, заклади культури заробляли хоч якісь кошти, а люди мали змогу відвідати захід не виходячи з дому. Таким самим чином людина могла придбати квиток до будь-якого музею, або потрапити на віртуальну виставку.

Пізніше проводили концерти на даху магазину, навпроти готелю. Люди купляли квитки, а їхніми місцями були балкони номерів готелю. Таким чином ризик контакту з іншими людьми був мінімальний, готель отримував відсоток від проданих квитків, артисти заробляли свій відсоток, а люди відпочивали.

Після повномасштабного вторгнення в закладах культури постало гостре питання безпеки відвідувачів. Підвальні приміщення облаштовуються як укриття, а кількість відвідувачів не має переважати кількість людей, яке може вмістити укриття разом з персоналом закладу. Проте якщо захід не відбувся, або відбувся частково через загрозу, захід може бути перенесено на інший день, або відвідувач має право здати квиток і повернути кошти. Всі ці ризики на себе бере організатор заходу.

Ще одна проблема, з якою стикнулася культура, неможливість в повному обсязі фінансувати заклади культури що призводить до скорочення персоналу та унеможливує виплати заробітної плати у повному обсязі. Розглянемо ситуацію на прикладі оркестру. Основним джерелом прибутку оркестру є локальна та гастрольна концертна діяльність. В той час, коли частина країни окупована, географія гастрольної діяльності по Україні звужується. Щоб виконати фінансовий план, зберегти робочі місця та мати змогу виплачувати заробітну плату працівникам, оркестр змушений налагоджувати стосунки з організаторами з інших країн і вести гастрольну діяльність переважно закордоном.

Проте з війною час не стоїть на місці, а з ним розвивається і потребує нових підходів та інновацій маркетингова діяльність закладів культури.

Якою ми бачили афішу концерту в Національній філармонії України? Як і в радянські часи, доволі консервативна афіша, в стриманих кольорах на вікнах самої будівлі філармонії або в касі. В такому випадку кінцевий споживач міг дізнатись про захід лише тоді, коли він вже знаходиться у філармонії або біля неї. Якщо 20 років тому це було цілком можливо, то в епоху інтернету та штучного інтелекту, вірогідність того, що потенційний споживач опиниться поруч з філармонією і зацікавиться заходом дивлячись тільки на афішу, дуже низька. Зміна епохи потребує і зміни у підході до популяризації діяльності закладів культури. Тобто в стратегію розвитку необхідно вносити кардинальні зміни.

Останнім часом стало популярне поняття «кліпове мислення»: у вас є три секунди, щоб візуально захопити увагу потенційного клієнта, та 10 секунд, що зацікавити його текстом [1]. Тобто першочерговим завданням стає привернення уваги. Якщо мова йдеться про афішу, то вона має кидатись в очі (яскравість, кольори, зображення). Для відеоматеріалу це буде картинка, яскравість, звукова доріжка, динаміка. Далі інформація про сам захід: день, час, місце. Проте останнім часом все частіше можна помітити використання, так званих, «гачків». Це така фраза, яка надає ексклюзивності вашому заходу, наприклад: «Більше 100 артистів на сцені», «Всесвітня прем'єра», «Лише один день у вашому місті. Встигни придбати квиток» [2]. Все це підвищує шанс того, що потенційний споживач опиниться на вашому заході.

Звісно, не всі люди на планеті є вашим потенційним споживачем, тому важливо для себе описати цю людину, або створити «портрет

покупця». Вік, стать, місце проживання, яку музику слухає, які фільми дивиться, які книги читає, яким соціальним мережам віддає перевагу тощо. Все це допоможе зрозуміти як зробити так, щоб саме ця людина побачила афішу вашого заходу. Склавши «портрет покупця» можна переходити до налаштування таргетованої реклами. Компанії Meta та Google мають широкий інструментарій для того, щоб про ваш захід почували саме ті люди, яким він потенційно буде цікавий [3].

Також для популяризації вашого заходу, або художнього закладу культури, можна користуватись послугами, так званих, лідерів думок. Це публічні люди, блогери, критики. Якщо ваші аудиторії тотожні, або близькі одна до одної, ви можете залучити більше уваги до вашої діяльності. При побудові стратегічного плану розвитку закладу культури необхідно виділити певну кількість часу саме на соціальні мережі та їхній інструментарій.

Національна філармонія України активно веде соціальні мережі. На рекламу заходу можна натрапити в будь-якій соціальній мережі. Це буде приваблива афіша з гарним описом, або якісний відеоролик з фрагментами того, що буде звучати на концерті.

В культурі, як і в будь-якій іншій галузі, бувають сприятливі умови праці та несприятливі, проте всі виклики, так чи інакше, змушують адаптуватись та розвиватись. Тому необхідно розробляти стратегію розвитку свого закладу вважаючи на сучасні тенденції ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. К. : Yakaboo Publishing, 2023. 200 с.
2. Коцофане О. Які креативи збільшують продажі в Інстаграм і Фейсбук: 5 золотих правил SMM-ника. URL : <https://web-promo.ua/ua/blog/kakie-kreativy-velichivayut-prodazhi-v-instagram-i-fejsbuk-5-zolotyh-pravil-smm-shhika/> (дата звернення: 1.05.2024).
3. Федоричак В. Як скласти портрет покупця і цільової аудиторії? URL : <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/kak-sostavit-portret-pokupatelya-i-tselevoj-auditorii/> (дата звернення: 1.05.2024).

***Ткаченко Олександра Олегівна***

*здобувачка кафедри дизайну*

*Запорізького національного університету*

*tkacenkooleksandra84@gmail.com*

***Науковий керівник: Кардашов Микола Володимирович,***

*викладач кафедри дизайну*

*Запорізького національного університету*

## **Особливості створення концепт-арту персонажів відеоігри**

Успіх майже будь-якої гри часто залежить від цікавих, продуманих та якісних дизайнів персонажів. Дуже важливо, щоб дизайни го-

ловних героїв, другорядних персонажів, ворогів так і простих Non-Player Character легко запам'ятовувалися. Тому, дизайну персонажів надається особлива увага. Висновок. У ході проведеного дослідження було дано роз'яснення понять «концепт-арт» та «концепт-арт відеогри». Надано пояснення тому, чим займаються концепт-художники та як вони впливають на розробку відеогри. Було продемонстровано покрокове створення дизайну персонажа.

Концепт-арт – це вид мистецької діяльності, метою якого є візуальна передача ідеї того чи іншого проєкту. Ця форма образотворчого мистецтва відповідає за створення нових ідей та концепцій, які допомагають при розробці зовнішнього вигляду відеоігор, анімації, фільмів, короткометражок, коміксів та реклами [1, с. 232]. Лише в останні роки термін «концепт-арт» став загальновідомим. Існує дискусійна думка, що цей термін, можливо, був винайдений студією анімації Волта Діснея і вже активно використовувався в 1930-х роках [2, с. 9].

Концепт-арт відеогри – це розробка та створення задуманого вигляду, стилю та візуального «відчуття» гри до того, як вона перейде в повномасштабну розробку. Художники працюють над ескізами, малюнками та референсами всіх ключових елементів, які з'являться у грі. Від персонажів, костюмів, реквізиту і зброї до ландшафтів, архітектури та інтер'єрів – концепт-арт відеоігор допомагає створити цеглинка захопливого, автентичного і незабутнього світу, який геймери зможуть дослідити [3].

За концепт-арт відеогри відповідають концепт-художники. Концепт-художники відповідають за розробку візуальних аспектів гри та працюють пліч-о-пліч з геймдизайнером над створенням основи, на якій буде створена гра. Вони розробляють персонажів, оточення, зброю та інший реквізит (ігрові асети) на основі власного натхнення або натхнення колег. Це перші художники, які працюють на конвеєрі виробництва гри. Вони створюють десятки малюнків та ескізів, щоб розробити те, як виглядатимуть ігрові об'єкти [4, с. 31].

Для того, щоб розробити концепт-арт персонажів концепт-художники розбивають творчий процес на складові, категорії та ключові аспекти, а саме:

- історія персонажа;
- силует персонажа;
- гармонія кольору, палітри та композиції;
- акценти;
- емоційний вплив;
- форма;
- анатомія та пропорції;
- текстури;
- освітлення та тінь.

Потім з урахуванням всіх складових і правил розпочинається створення концепт-арту персонажів.

Наступним кроком є розробка концепт-арту персонажа. Цей крок завжди має схожий робочий процес, незалежно від гри: він починається з генерування ідей, дослідження та створення ескізів персонажів. Щоб розробити персонажа, художник починає з мудборду (рис. 1), який допоможе в розробці, потім готує кілька ескізів.



*Рис. 1. Створення мудборду для дизайну персонажа лісовика.*

Ескізи — це швидкі, грубі замальовки, з яких насправді починається процес створення концепт-арту. Функціонально вони є швидкими замальовками або начерками, щоб зрозуміти початкові ідеї та дизайн. Вони часто виготовляються в чорно-білому кольорі та зосереджуються на силуетах, характерах та формах (рис. 2).



*Рис. 2. Ескіз для дизайну персонажа лісовика.*

Оскільки вони мають бути простими з точки зору виконання, митець має можливість створювати їх у великій кількості. Іноді сторінка з ескізами може містити від 10 до 30 ідей. Після того, як ескізи будуть завершені, рекламодавець або потенційний клієнт надасть зворотний зв'язок, який вимагатиме або додаткових ескізів, або переходу до наступного кроку процесу створення концепції.

Залежно від художника, замовника та процесу, наступним етапом можуть бути більш досконалі ескізи (рис. 3), що запропонують більше деталей щодо початкових ідей або, можливо, відбудеться перехід до наступного етапу [5, с. 47].



*Рис. 3. Вдосконалений ескіз для дизайну персонажа лісовика.*

Коли персонаж має загальний дизайн, художник починає працювати над кольорами та створює всі інші необхідні елементи концепції, такі як різні ракурси, таблицю руху, щоб допомогти аніматору вловити тему та індивідуальність персонажа.

На завершальному етапі розробки концепції художники використовують шейдинг — створення діапазону тіней, завдяки якому персонаж виглядає більш природно та об'ємно. Зрештою, художник малює фінальні версії персонажа (рис. 4) та його різні вирази обличчя в одному документі, а також рендерить його фон для створення гармонійної композиції.



*Рис. 4. Фінальна версія дизайну персонажа лісовика.*

Після цього персонаж моделюється, монтується та анімується.

Отже, підсумовуючи, можна стверджувати, що концепт-арт є корисним інструментом для візуалізації персонажів, який можна використовувати в маркетингових цілях. Це потужний інструмент аналізу образу. Концепт-арт надає змогу краще зрозуміти концепцію та вигляд майбутньої гри для потенційної аудиторії та полегшує роботу для інших учасників команди.

#### **Список використаних джерел**

1. Guild G. A. *Graphic Artists Guild Handbook, 16th Edition: Pricing & Ethical Guidelines*. Massachusetts: The MIT Press, 2021. 504 p.
2. Ghez D. *They Drew as They Pleasred: The Hidden Art of Disney's Golden Age*. San Francisco: Chronicle Books, 2015. 208 p.
3. *Video Game Concept Art: An Introduction* | Adobe. URL: <https://www.adobe.com/uk/creativecloud/illustration/discover/video-game-concept-art.html#> (дата звернення: 04.05.2024).
4. Kennedy S. R. *How To Become A Video Game Artist: The Insider's Guide To Landing A Job In The Gaming World*. New York: Watson-Guption Publications, 2013. 160 p.
5. Pearl J. *Becoming a Video Game Artist: From Portfolio Design to Landing the Job*. Boca Raton: CRC Press, 2017. 219 p.



*Холод Аліса Вадимівна*  
здобувачка Київського національного університету  
культури і мистецтв  
alisa.kholod.2004@ukr.net

*Науковий керівник: Червінська Леся Іванівна,*  
кандидат наук з мистецтвознавства, доцент  
Київського національного університету культури і мистецтв

## **Ефективні стратегії маркетингу для сучасної музичної індустрії**

Музична індустрія – це надзвичайно складна система, що постійно змінюється, і розуміння того, як ефективно представляти артиста, є важливим для кожного, хто починає працювати в цій галузі. Консолідація великих звукозаписних лейблів, поява цифрового маркетингу, соціальних медіа-платформ, а також зростаюча тенденція стрімінгу музики – все це має значний вплив на те, як менеджери та лейбли просувають музику та артистів [1, с. 4].

Музична індустрія – це всі організації, які беруть участь у створенні, виробництві, розповсюдженні та маркетингу музики. Індустрія працює як олігополія. Sony Music Entertainment, Universal Music Group і Warner Music Group, відомі як «великі компанії», контролюють понад 40% частки ринку індустрії. Однією з головних змін в індустрії є перехід від торгівлі товарами до торгівлі послугами. Якщо раніше музика продавалася на друкованих носіях, то зараз значна частина музичної дистрибуції перейшла на стрімінгові сайти, такі як YouTube Music, Apple Music або Spotify. Перехід до інтернету як основного джерела поширення музики означає, що популярні музичні тенденції визначаються цифровими провайдерами, що призводить до зростання необхідності для артистів і менеджерів привертати їхню увагу [1, с. 11].

Музичний маркетинг – це стратегічний процес просування та комерціалізації музики з метою охоплення та залучення цільової аудиторії. Він передбачає поєднання традиційних і цифрових маркетингових методів для підвищення впізнаваності, створення фан-бази та стимулювання продажів або доходів музичних виконавців, гуртів, звукозаписних компаній та інших суб'єктів, пов'язаних із музикою. Щоб створити успішну музичну маркетингову стратегію, важливо розуміти і враховувати ключові елементи, які сприяють досягненню результатів, такі як: визначення та розуміння цільової аудиторії; розробка сильної ідентичності бренду, щоб вирізнитися на ринку; створення цікавого і якісного контенту; цифрова присутність через платформи соціальних мереж; просування музики на стрімінгових платформах; живі концерти та гастролі; співпраця з іншими артистами, інфлюенсерами, брендами [2, с. 140].

Отже, музичний маркетинг – це динамічна сфера, що постійно роз-

вивається і вимагає креативності, адаптивності та глибокого розуміння цільової аудиторії. Впроваджуючи ефективні маркетингові стратегії та використовуючи цифрові інструменти і платформи, артисти можуть підвищити свої шанси на успіх у висококонкурентній музичній індустрії.

#### **Список використаних джерел**

1. Morrow G. Creative process as strategic Alliance. International Journal of Arts Management. 2016. Vol. 11, no. 1. p. 4–15.
2. Марцинківський О. Молодий співак і студія звукозапису: педагогічні поради. Humanities science current issues. 2020. Т. 5, № 29. С. 139–143. URL : <https://doi.org/10.24919/2308-4863.5/29.209720> (дата звернення: 08.10.2023).

**Чернецька Тетяна Володимирівна**

*здобувачка НАКККіМ*

*bkd1120z.tchernetska@dakkkim.edu.ua*

*Науковий керівник: Бортяна Єлена Ярославівна,  
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

### **Культурно-дозвілєві практики в діяльності шкільної бібліотеки**

Особливості сучасних процесів розвитку соціокультурної сфери визначили шкільну бібліотеку як органічну складову інформаційного середовища. Вона набула статусу комунікативного каналу, її основне призначення – поширення інформації серед дітей та юнацтва, забезпечення освітньо-виховного процесу, сприяння засвоєнню навчального матеріалу, всебічному та гармонійному розвитку особистості. Сьогодні це не лише установа, де видають книги та підручники, а й соціокультурна інституція, зміст роботи якої трансформувався відповідно до потреб суспільства, пов'язаний з реформуванням освітньої галузі, впровадженням в навчально-виховний процес принципів дитиноцентризму, толерантності, індивідуального підходу, сприяння творчого розвитку індивіда.

Разом з інформаційним забезпеченням важливим напрямом функціонування шкільної книгозбірні є організація змістовного дозвілля учнів. Ця тема стала предметом вивчення вітчизняних науковців і практиків Л. М. Бондар, Т. В. Добко, Т. І. Куца, О. Є. Матвійчук, Н. Л. Романюк та ін. Аналізуючи форми і методи роботи шкільних бібліотек, дослідники наголошують на їх сучасній трансформації, яка відбувається під впливом економічних, соціокультурних змін, впровадження інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності суспільства [1; 2; 3]. Також динамічних змін зазнають інформаційні та культурні потреби, інтереси та очікування користувачів бібліотек.

Дослідження показало, що культурно-дозвільна діяльність бібліотек вирізняється багатofункціональністю, має в арсеналі безліч дієвих

форм і методів роботи з читацькою аудиторією, що вирізняє її як ефективний ресурс оптимізації соціальної активності учнів здатний стимулювати процеси творчого розвитку, індивідуального самовиявлення, креативності дитини.

Наразі, бібліотеки навчальних закладів організують для дітей традиційні заходи, як от лекції, усні журнали, обговорення, літературні вечори, конкурси, диспути, виставки, фестивалі та ін., вони успішно поєднуються з інноваційними формами та підходами, серед яких бібліотечний нон-спот і флешмоб, бібліоквест, лібмоб, буккросинги, бібліотечний уїк-енд, бібліотечний аукціон та ін.

Прикметною рисою в роботі шкільних бібліотек став креативний підхід щодо вибору тематики, формату, методики організації і проведення івентів, що забезпечує цікаве спілкування та емоційну складову. Позитивним є залучення учнів як активних учасників дійства. Організована таким чином діяльність бібліотек сприяє гармонійному розвитку учнів, їх патріотичному вихованню, що є важливим завданням в умовах війни в Україні.

Виважений баланс між збереженням традицій та впровадження інновацій в роботу шкільної бібліотеки орієнтований на покращення обслуговування користувачів, інформування дітей, педагогів та батьків про роль сучасної бібліотеки в житті навчального закладу та суспільства, створення комфортних умов для якісного задоволення читацьких запитів, розкриття інтелектуального та творчого потенціалу учнів.

Впровадження в бібліотечну практику інформаційних комп'ютерних технологій значно розширило можливості залучення та впливу на читача, надало можливість диференціації аудиторій за їх потребами, очікуваннями та інтересами. Цікавими формами роботи з читачами стали флешбуки в інтернеті, буктрейлери – представлення книги в соціальних мережах засобами відеороликів, вебінари – онлайн зустрічі, різноматематичні ігри тощо.

Перспективи бібліотеки полягають в покращенні інформаційного обслуговування, розширення он-лайнний доступу до власних ресурсів, організації змістового дозвілля школярів.

#### **Список використаних джерел**

1. Куца Т. І. Інноваційні форми роботи шкільної бібліотеки з читачами. URL : [http://nsirogozy-zosh.edukit.kherson.ua/biblioteka/bibliotekar-bibliotekaryu\\_dosvid\\_kucoi\\_t\\_i/innovacijni\\_formi\\_roboti\\_shkilnoi\\_biblioteki\\_z\\_chitachami/](http://nsirogozy-zosh.edukit.kherson.ua/biblioteka/bibliotekar-bibliotekaryu_dosvid_kucoi_t_i/innovacijni_formi_roboti_shkilnoi_biblioteki_z_chitachami/) (дата звернення: 23.03.2024).
2. Романюк Н. Л. Соціокультурна діяльність шкільної бібліотеки з орієнтацією на результат. Педагогічний пошук. 2022. № 2 (114). С. 61-65.
3. Соціокультурна діяльність шкільної бібліотеки. Сучасна шкільна бібліотека: організація роботи : практ. посіб. / НАПН України, ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського; [авт. кол.: Л.М. Бондар, Т.В. Добко та ін. ; наук. ред.: Т. В. Добко, О. Є. Матвійчук, І. Г. Лобановська, І. І. Хемчан]. Київ, 2019. Вип. 21. С. 184–197.
4. Шкільна бібліотека як інформаційний соціокультурний центр : навчально-методичний посібник / укл. О. Є. Матвійчук. Шкільна бібліотека. 2018. № 9. 155 с.

## **Секція 3. ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

*Модератор: Хіміч Ярослава Олегівна*

*Добровольська Вікторія Василівна  
доктор наук із соціальних комунікацій, професор,  
в.о. завідувача кафедри артменеджменту та івент-технологій  
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв,  
м. Київ, Україна  
vika\_dobrovolska@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0002-0927-1179>*

### **Науковий часопис «Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія» 20 років у системі професійних комунікацій**

Важливу роль у формуванні і розвитку професійних комунікацій відіграють фахові періодичні видання. Вони є основою наукової комунікації й слугують першоджерелом для опублікування теорій, ідей та результатів наукових пошуків. Помітне місце серед професійних журналів інформаційного профілю займає науковий журнал «Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія». Часопис відрізняється комплексним відображенням споріднених проблем бібліотекознавства, документознавства, інформології, висвітленням як теоретичних засад цих наук, так і практики діяльності інформаційних установ, закладів вищої освіти.

У лютому 2004 року побачив світ перший номер часопису. Ініціатором і провідником ідеї наукового журналу в життя був відомий бібліотекознавець, документознавець, доктор історичних наук, професор М. Слободяник – головний редактор у 2004–2012 рр.

Концептуальні засади журналу викладено у першому числі часопису, де зазначалося, що мета нового фахового видання – «комплексне відображення споріднених проблем розвитку бібліотекознавства, документознавства, інформології та висвітлення теоретичних засад цих наук і їх впливу на практику» [16]. Мета окреслила головні завдання: сприяти розв'язанню дискусійних проблем сучасної документології та основних теоретичних напрямів документознавства (документальних комунікацій, документних потоків, документного фондознавства, електронного документознавства, управлінського документознавства), теорії та історії діловодства; розглядати широке коло питань теоретико-методологічних та історичних проблем документознавства; висвітлювати теоретичні проблеми суміжних наук – архівознавства, джере-

лознавства, документознавства, книгознавства, бібліографознавства, бібліометрії т. ін.; відображати актуальні події та факти наукового життя – інформувати про професійні форуми, ювілеї організацій, відомих вчених і фахівців, захист дисертацій [5]. Цим завданням підпорядковуються редакційні статті на гостроактуальні теми, які окреслюють проблематику номера, розмаїття тематики студій зовнішніх дописувачів, рецензії та літературні галузеві новинки, хронікальні нотатки про захист дисертацій і та ін.

Концепція визначила пріоритетну тематику публікацій: проблеми інтеграції наук інформаційно-документного циклу; аналіз спільного і особливого у теоретико-методологічних засадах бібліотекознавства, документознавства, інформології; фундаментальні поняття, властивості й ознаки інформації, комунікації і документа в контексті їх впливу на бібліотечну та документознавчу науку і практику; комплексні міждисциплінарні проблеми методології та методики наукових досліджень; аналіз структури і змісту інформаційних потреб основних категорій користувачів; формування і забезпечення збереження документних фондів [5].

Від 2012 до 2019 року редакційну колегію очолював доктор історичних наук, професор Литвин Сергій Харитонович, а з 2020 року головним редактором часопису стала доктор наук з соціальних комунікацій, професор Добровольська Вікторія Василівна.

На сторінках журналу знаходять відображення наукові публікації які торкаються висвітлення проблем інтеграції наук інформаційно-документного циклу, розвитку інформатизації бібліотек, унікальних фондів бібліотек і архівів, питань теоретико-методологічних та історичних проблем документознавства, активно відображається проблематика теорії соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, праці присвячені підготовці фахівців зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», організації безперервної освіти, висвітлювалися основні напрями бібліографічної діяльності, розвиток бібліотекознавства в Україні, тощо [2]. До 15-літнього ювілею журналу у співавторстві С. Литвина, В. Добровольської, О. Збанацької, О. Кириленко підготовлено науково-допоміжний бібліографічний покажчик журналу, який містить повну інформацію про публікації та авторів журналу за період з 2004 по 2018 роки. Видання адресоване фахівцям у галузі бібліотекознавства, документознавства, архівознавства, соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, а також буде корисне викладачам, аспірантам, студентам і тим, хто створює бази даних [1].

Спільними зусиллями авторів, редакційної колегії вдалося реалізувати основну мету журналу – стати професійним комунікаційним середовищем документознавців, бібліотекознавців, архівістів та фахівців практиків інформаційної сфери. Журнал став важливим історичним джерелом, яке зберігає результати наукових розвідок та досліджень з інформаційної, бібліотечної діяльності та архівної справи.

Зміст публікацій дозволяє проаналізувати тенденції розвитку науки і практики документно-інформаційної галузі, діяльність як окремих архівів, бібліотек, музеїв, наукових установ, закладів вищої освіти, так і підготовку фахівців у галузі, що в свою чергу підвищує рівень знань і комунікацію між фахівцями [4].

За час свого існування журнал здобув авторитет у професійній науковій спільноті, про що свідчить високий теоретичний рівень публікацій та активна постійна цитованість матеріалів. Статус часопису підтверджено на державному рівні, Вищою атестаційною комісією України журнал з 2004 року включений до Переліку фахових видань України, в яких публікуються результати дисертаційних досліджень на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук із спеціальностей «документознавство і архівознавство», напрям «соціальні комунікації» та «історичні науки». Наказом Міністерства освіти і науки № 747 від 13 липня 2015 року журнал затверджено як фахове видання зі спеціальності «соціальні комунікації», відповідно до наказу Міністерства освіти і науки № 1151 від 6 листопада 2015 року є фаховим виданням зі спеціальності «інформаційна, бібліотечна та архівна справа» [3]. Згідно Наказу МОН України від 26.11.2020 № 1471 журнал включено до Переліку наукових фахових видань України за категорією «Б» в галузі соціальних комунікацій зі спеціальності 029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

Виконання вимог сьогодення, зокрема щодо підвищення якості опублікованої у фахових виданнях наукової інформації та інтеграції видань до світового наукового простору, сприяли наданню періодичному виданню міжнародного ідентифікатора ISSN; присвоєння кожному опублікованому матеріалу міжнародного цифрового ідентифікатора DOI (Digital Object Identifier); наявності web-сайту видання з українським та англійським інтерфейсами; розміщення на платформі «Наукова періодика України» в Національній бібліотеці України імені В.І. Вернадського НАН України; забезпечення якісного незалежного рецензування поданих для публікації матеріалів тощо. Це дозволило вивести журнал «Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія» на якісно новий рівень відповідно до сучасних стандартів і нормативних вимог, які регламентують представлення наукових видань у професійному науковому просторі. Журнал і надалі буде сприяти розвитку вітчизняного наукового потенціалу та інтеграції його у світовий науковий простір, створенню простору публічної комунікації вчених, зокрема донесення результатів їх досліджень до вітчизняної і світової наукових спільнот.

В перспективі редакційна колегія бачить необхідність публікування англійських статей, ширшого залучення до числа авторів провідних вітчизняних і зарубіжних теоретиків і практиків; розширення кола авторів із числа молодих дослідників – аспірантів, магістрів, талановитих студентів.

### Список використаних джерел

1. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія = Library Science. Record Studies. Informology : наук.-допом. бібліогр. покажч. журналу / М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв, Нац. б-ка України ім. Ярослава Мудрого ; [уклад.: С. Х. Литвин, В. В. Добровольська, О. М. Збанацька, О. Г. Кириленко]. Київ : НАКККіМ, 2019. 83 с. – (15-річчя журналу (2004–2018)).
2. Добровольська В. В. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. Library Science. Record Studies. Informology // Українська бібліотечна енциклопедія / Нац. б-ка України ім. Ярослава Мудрого. URL: <http://ube.nplu.org/article/LibraryScience/RecordStudies/0Informology>. – Статтю створено: 29.11.2018. Останній раз редаговано : 26.06.2023. (дата звернення: 19.04.2024).
3. Добровольська В. В. Журнал науковий «Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія». Енциклопедія соціогуманітарної інформології / коорд. проекту та заг. ред. проф. К. І. Беляков. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Т. 2. С. 281–287.
4. Литвин С.Х., Добровольська В.В. Науковий журнал «Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія» у професійному комунікаційному просторі. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2019. № 1. С. 16–26.
5. Слободяник М.С. Концепція та пріоритетна проблематика журналу. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2004. № 1. С. 7–8.

### *Романишин Юлія Любомирівна*

*доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри документознавства та інформаційної діяльності  
Івано-Франківського національного технічного  
університету нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна  
[yulromanyshyn@gmail.com](mailto:yulromanyshyn@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-7231-8040>*

### **Інформаційні сервіси в цифровому середовищі установи**

Війна з руйнівною силою вплинула на всі галузі діяльності українського суспільства. Сфера інформаційних технологій завдяки мобільності та адаптивності до зовнішніх умов одна з небагатьох зберегла позитивну динаміку розвитку. Дослідження, яке проводилося асоціацією «IT Ukraine» свідчить, що незважаючи на зміни, які внесла війна у функціонування ІТ-сфери спостерігаємо і певні переваги сформовані на ІТ-ринку порівняно з сусідніми країнами-конкурентами [1]. Серед них варто виокремити: приріс показників використання відкритих даних, високий рівень технологічних навичок, диджиталізація сфери державних послуг (наприклад, інформаційний застосунок ДІЯ), щорічне збільшення експорту ІТ-послуг [1; 4], інноваційний розвиток інструментів функціонування інформаційного сервісу тощо.

Інформаційний сервіс в аспекті інформаційних технологій розглядається, як комплекс процесів по роботі з інформацією (інформаційна діяльність) в результаті якої отримуємо інформаційні послуги, що уможливають для фізичних та юридичних осіб автоматизацію

управлінської діяльності та доступ до релевантної інформації використовуючи аналітичні інструменти. Інформаційний сервіс характеризується доступністю інформації, (через бази даних, пошукові системи, інформаційні платформи тощо), видовою різноманітністю послуг, підтримкою актуальності та достовірності інформації, технологічним супроводом, персоналізацією та адаптацією послуг до потреб і запитів користувачів, безпекою та конфіденційністю інформації, моніторингом та оцінкою ефективності (постійна підтримка зворотного зв'язку з користувачами) [3; 4]. До IT-послуг, які генеруються на основі інформаційних сервісів належать: хмарні сервіси та платформи, резервні рішення (резервне копіювання), сервіси е-пошти на основі сучасних інформаційних сервісів email-розсилок тощо. Типовими інформаційними сервісами, що є актуальними як для громадських організацій в IT-сфері (наприклад, IT Кластер) так і для IT-компаній початківців є електронний документообіг та сервіси email-розсилок.

Традиційні методи документообігу є усталеними та ґрунтуються на певних особливостях. Застосування стандартних засобів та підходів спрямоване на забезпечення ефективного управління й документування ключових аспектів діяльності організації, структурованість документів, стандартизацію (традиційні формати та шаблони документів уможливають використання єдиних норм та правил ведення документації згідно з державними стандартами), зрозумілість (типові форми документування є «дружніми» для великої кількості користувачів), архівування та зберігання (порівняно з е-документами процеси архівування, зберігання та забезпечення доступу до традиційних документів є нормативно закріпленими). Проте, швидкі зміни в інформаційно-технологічному середовищі вимагають переходу до сучасних інструментів документування [2], таких як цифрові платформи, хмарні технології, системи електронного документообігу. Сьогодні, значна частина урядових організацій, неприбуткових установ та бізнес-середовища активно переходять на використання систем електронного документообігу. Так, інформаційний сервіс електронного документообігу «ВчасноЕДО» (<https://vchasno.ua/>) надає широкі можливості для роботи з е-документами, обміну даними, роботі з кваліфікованим електронним підписом (КЕП) тощо. Сервіс має широкі інтеграційні можливості:

- завантаження великої кількості документів із вказанням необхідних метаданих та формату документа;
- відслідковування статусів документів (зміна статусу документа після його підписання);
- коментування документів;
- дії з неактуальними документами (можливість відхилити або видалити непотрібні документи);
- вивантаження документів (завантаження документів або їх pdf-візуалізація);



- інтеграція з особистим кабінетом працівника тощо.

Сьогодні спостерігаємо позитивну динаміку використання систем е-документообігу установами, хоча, звісно є частина організацій, які поєднують традиційний та електронний документообіг. Такий вибір свідчить про гнучкість та адаптивність установ до сучасних тенденцій в управлінні інформацією й документами, враховує потреби, завдання й особливості бізнес-процесів [3]. Традиційний документообіг може бути доречним для тих аспектів бізнес-процесів, де важлива структурованість, чіткість і відповідність стандартам. Електронний документообіг вигідний у сучасному, технологічно орієнтованому середовищі, де пріоритетом є швидкість, доступність та ефективність обміну даними, інформацією й документами. Він має низку переваг. А саме: системи е-документообігу спрощують процеси документування в частині створення, редагування, обміну документами; є доступними завдяки хмарним технологіям та сервісам цифрових платформ для спільного використання і роботи; забезпечують ефективний контроль за виконанням [2], рівневий доступ та безпеку документів; автоматизують рутинні процеси, що полегшує ведення документообігу та зменшує ймовірність помилок.

Ефективним для підтримки комунікаційної політики установи є інформаційних сервіс email-розсилок Selzy (<https://selzy.com/ua/>). Він надає можливість поширювати унікальний контент та залучати до подій зацікавлених осіб. Перевагою сервісу є те, що перед публікацією кожного листа він перевіряє всіх адресатів та вилучає неактивні email-адреси, таким чином залишаються тільки актуальні контакти. Сервіс Selzy надає рекомендації щодо створення розсилки, містить багато цікавих шаблонів та можливостей, забезпечує інформаційну онлайн-підтримку. До функцій цього сервісу належать: конструктор листів (використання адаптивних шаблонів або створення листа за допомогою drag-and-drop редактора); інструменти email-розсилок; персоналізація (контенту і т.д.); форми підписок; email-аналітика (Selzy через інтеграцію з Google Analytics аналізує розсилки); pop-up форми підписок; сегментація; тригерні email-розсилки, автоматизація, транзакційні листи тощо.

Також, важливим елементом є активний рівень залученості та ефективного використання професійних інформаційних ресурсів для досягнення стратегічних цілей організації.

Загалом, сучасні інформаційні сервіси базовані на інформаційних та цифрових технологіях є стратегічними ресурсами організації, які допомагають не тільки підтримувати внутрішню комунікаційно-інформаційну взаємодію, а й досягати стратегічних цілей на високому рівні ефективності та інновацій. Розглядаючи різноманітні аспекти застосування інформаційних сервісів та їх взаємодію в діяльності установи, можна виокремити ключові фактори, це:

- підтримка ефективної комунікації – застосування інформаційних технологій та сучасних комунікаційних інструментів (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, Telegram, YouTube-канали та розвиток YouTube-проектів організації) дозволяє забезпечити ефективну комунікацію між учасниками в професійному середовищі установи;

- використання різноманітних інформаційних інструментів спільної роботи (таких, як хмарні середовища, електронна пошта, відеоконференції, спільні платформи тощо) сприяє оперативному обміну інформацією, досвідом, оперативній координації дій тощо.

Такий підхід дає можливість організаціям ІТ-сфери і не тільки адаптивніше та гнучкіше пристосовуватися до вимог і змін сучасного інформаційно-цифрового середовища, використовувати інформаційно-комунікаційні технології й інструменти соціального програмного забезпечення для розвитку та співпраці.

#### **Список використаних джерел**

1. Асоціація IT Ukraine. URL: <https://itukraine.org.ua/>
2. Королюк Т. Рапа Н. Діджиталізація документообігу на підприємстві: особливості сервісного забезпечення. Галицький економічний вісник. Тернопіль, 2022. № 2. С. 37-45.
3. Миколюк О. А., Бобровник В. М. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. №3. С. 48-52.
4. Романишин Ю. Л., Канюс В. М. Інформаційний супровід діяльності громадських ІТ-організацій: інформаційний моніторинг вітчизняного та закордонного досвіду. Інноваційні наукові дослідження в контексті трансформації суспільства: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Вінниця, 22-23 грудня, 2023 р.). Одеса: Видавництво «Молодий вчений». 2023. С. 52-56.

#### ***Філіпова Людмила Яківна***

*доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри  
цифрових комунікацій та інформаційних технологій,  
Харківська державна академія культури  
flyak@ukr.net,  
<https://orcid.org/0000-0003-0273-7922>*

#### ***Шелестова Анна Миколаївна***

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри цифрових комунікацій та інформаційних  
технологій, Харківська державна академія культури  
anna\_shelestova@xdak.ukr.education,  
<https://orcid.org/0000-0003-4866-1767>*

### **Інформаційно-комунікаційні засоби рекламування освітніх закладів у цифровому середовищі (аналітичний огляд)**

Сучасні освітні заклади, зокрема заклади вищої освіти (ЗВО) застосовують різні цифрові інструменти, сервіси, платформи, що дозво-

ляють взаємодіяти із абітурієнтами в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Як надавачі освітніх послуг, заклади вищої освіти України конкурують між собою. Ця конкуренція відбувається як між ЗВО в середині країни, так і з закордонними університетами, які у зв'язку із військовим вторгненням росії в Україну, пропонують українським абітурієнтам спрощені та вигідні умови вступу.

Для ефективного застосування таких цифрових інструментів потрібен якісний контент, оскільки саме контент визнано одним із основних факторів ранжування Google, що в свою чергу, є найбільшою та найпопулярнішою пошуковою системою в світі [1]. При роботі із контентом важливо правильно планувати просування тієї чи іншої інформації, створювати контент-план для рекламування та просування ЗВО, розуміти, які види контенту існують і як краще формувати той чи інший вид контенту в залежності від інструментів і платформ, які передбачається використовувати для рекламування [2].

Комунікація із зворотнім зв'язком, зокрема в цифровому середовищі – характерна риса сучасних ЗВО. В силу своєї природи, Інтернет-середовище надає потужні та широкі можливості у сфері науки, культури й освіти; формує нову систему інформаційної взаємодії, сприяє виникненню нових видів суспільних відносин. Комунікація в Інтернеті передбачає зворотній зв'язок і тим самим створює умови для живого, відкритого та всебічного спілкування людей, які розділені територіально. Незважаючи на етнічні, соціально-політичні та інші відмінності, формується масова, постійно зростаюча спільнота людей, об'єднаних інтересами, прагненнями, соціокультурними орієнтаціями саме завдяки можливостям Інтернету [7].

Центральне місце в інформаційно-освітньому просторі ЗВО посідають вебсайти, які забезпечують здобувачам цілеспрямований процес навчання та виховання в інтересах особистості та суспільства. Серед специфічних характеристик вебсайту ЗВО можна назвати наступні: наявність внутрішніх та зовнішніх зв'язків й автоматична їх підтримка; динамічність; презентаційна форма подання інформації та інші [7]. Структура вебсайту ЗВО формується з огляду на різні форми відкритої комунікації.

Окрім вебсайтів, ЗВО активно застосовують і інші сучасні цифрові інструменти, такі як:

1. Соціальні мережі. Такі платформи, як Facebook, Instagram, X (колишній Twitter) і LinkedIn, надають можливість створювати офіційні і неофіційні сторінки для ЗВО і публікувати там цікавий контент, який покликаний привертати увагу абітурієнтів, а також викладачів, студентів, магістрів, аспірантів тощо. Тут важливо пам'ятати про необхідність підтримувати постійну активність сторінки через публікації новин, анонсів, реклами, проведення опитувань, конкурсів, вікторин тощо [3–4].

2. Інтернет-реклама. Використання рекламних мереж, таких як Google Ads, та інших, дозволяє точно налаштуватися на цільову аудиторію і таргетувати рекламні оголошення на основі демографічних даних, інтересів та поведінки користувачів тощо. Окрім того застосування рекламних мереж дозволяє ефективно управляти рекламною кампанією.

3. Пошукова оптимізація сайтів (SEO). Цей інструмент є найбільш затратним і з точки зору фінансів, і з точки зору часу, але оптимізація вебсайту ЗВО для пошукових систем допомагає ефективно підвищити його видимість у пошукових результатах, що забезпечує більше органічного трафіку [5].

4. E-mail маркетинг. Цей інструмент досі може бути ефективним, за умови його грамотного використання. Створення і розсилка інформаційних листів або регулярних новинних повідомлень, запрошень на заходи ЗВО, такі як дні відкритих дверей, відкриті лекції може бути ефективним способом спілкування з потенційними здобувачами або їх батьками, за умови правильного до підходу до організації та змісту e-mail розсилки.

5. Відео контент. Популярність та ефективність відео контенту останніми роками лише зростає, тому створення ЗВО відео матеріалів, таких як відео-екскурсії, навчальні відео або відео-рецензії/відгуки від здобувачів, які вже навчаються на тій чи іншій освітній програмі, може привернути увагу і залучити нових відвідувачів на онлайн ресурси ЗВО або ж залучити потенційних майбутніх здобувачів до ЗВО [6].

6. Блогінг. Блоги також не втрачають своєї популярності і можуть бути корисними у позиціонуванні ЗВО в мережі Інтернет. Так, публікація цікавого та корисного контенту, наприклад, на блозі вебсайту ЗВО може підвищити його авторитет і видимість у пошукових системах і тим самим залучити більшу кількість відвідувачів, які в майбутньому можуть стати здобувачами ЗВО.

7. Аналітика та тестування. Ці інструменти є важливою складовою у просуванні ЗВО в цифровому середовищі. Так як використання інструментів аналізу вебтрафіку допоможе зрозуміти, які рекламні кампанії працюють краще, і оперативно вносити відповідні зміни для покращення результатів.

8. Інфлюенсер маркетинг. Співпраця з впливовими особистостями в галузі освіти або зі здобувачами, які вже навчаються у ЗВО, або з випускниками попередніх років може допомогти залучити нових абітурієнтів. Оскільки найкраще отримувати інформацію від людей, які занурені в початковий процес ЗВО, вони можуть поділитися власним досвідом, успіхами та перевагами навчання в певному ЗВО.

Розглянуті інструменти можуть бути використані окремо для досягнення певної задачі просування чи в комплексі для досягнення максимального ефекту в рекламі та просуванні ЗВО у цифровому просторі.

Як висновок, слід зазначити, що в ході дослідження було визначено та охарактеризовано найбільш популярні та адаптовані для освітнього закладу цифрові інструменти рекламування та просування в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Зазначено ефективність та важливість використання певних засобів та інструментів цифрової реклами для розробки результативної рекламної стратегії просування ЗВО в сучасному інформаційно-освітньому просторі. Дане дослідження демонструє, що залучення таких інструментів, як соціальні мережі, Інтернет-реклама, SEO, e-mail маркетинг, відео контент, блогінг, засоби аналітики та тестування, а також інфлюенсер маркетинг є найефективнішими засобами рекламування, просування та комунікації ЗВО у сучасному цифровому інформаційно-освітньому середовищі для різних груп його користувачів. Розглянуті інструменти дозволяють створити комплексну та повноцінну рекламну стратегію залучення майбутніх здобувачів та позиціонування закладу як привабливого вибору для подальшого навчання. Як показує практика, сучасні заклади вищої освіти України все активніше адаптуються до цифрового середовища з метою здійснення успішної рекламної та маркетингової діяльності у сфері вищої освіти, як в межах України, так на міжнародному рівні, а отже, і скласти конкуренцію зарубіжним університетам.

Подальшими напрямками дослідження можуть стати: детальний аналіз статистики щодо популярності цифрових інструментів рекламування ЗВО та порівняння показників ефективності цифрових інструментів рекламування та просування ЗВО в мережевому просторі.

#### Список використаних джерел

1. Camilleri, M.A. Higher Education Marketing: Opportunities and Challenges in the Digital Era // *Academia*, 2019. 0(16-17), PP. 4-28. URL: DOI:10.26220/aca.316934 (дата звернення: 10.03.2024).
2. Vesna N Baltezarevic The role of digital marketing in the education sector // *ISARC International Science and Art Research: Proceedings of the 6th International Social Sciences and Innovation Congress (March 2023, Ankara)* URL: [https://www.researchgate.net/publication/368984212\\_THE\\_ROLE\\_OF\\_DIGITAL\\_MARKETING\\_IN\\_THE\\_EDUCATION\\_SECTOR#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/368984212_THE_ROLE_OF_DIGITAL_MARKETING_IN_THE_EDUCATION_SECTOR#fullTextFileContent) (дата звернення: 09.03.2024).
3. Lai-Wan Wong, Garry Wei-Han Tan, Jun-Jie Hew Mobile social media marketing: a new marketing channel among digital natives in higher education? / Lai-Wan Wong, Garry Wei-Han Tan, Jun-Jie Hew, Keng-Boon Ooi & Lai-Ying Leong // *Journal of Marketing for Higher Education*, 2022. 32:1. PP. 113–137. URL: DOI: 10.1080/08841241.2020.1834486 (дата звернення: 09.03.2024).
4. Ткачова Н. М. Шевцова О. О. Social Media як ефективний метод просування освітніх послуг в антикризовий час // *Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності : матеріали II міжнар. наук-практ. конф. (22 травня 2020 р.)* / НАУ. Київ : НАУ. С. 10–14.
5. Баранецька А. Д. Інтегровані комунікації: інтерпретація реклами // *Держава та регіони. Сер. Соц. Комунікації*. 2020. № 1. С. 90–94.
6. Березенко, В. В. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії: монографія / В. В. Березенко, Н. Д. Санакоєва, К. С. Лаковський ; Запоріз. нац. ун-т. Запоріжжя : Запоріз. нац. ун-т, 2021. 175 с.
7. Шелестова А. М. Університетські Web-сайти: порівняльний аналіз (на прикладі м. Харкова) // *Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр.* 2009. Вип. 24. С. 182–190.

*Бугайова Оксана Іванівна*  
кандидат філологічних наук, доцент кафедри  
креативних культурних індустрій НАКККіМ  
obugayova@dakkkim.edu.ua  
<https://orcid.org/0000-0002-2084-3457>

## **Електронний документообіг в умовах цифрової епохи**

Електронний документообіг – це процес, що передбачає створення, обробку, зберігання документів та обмін ними в електронній формі. Він задовольнив потребу сучасного цифрового суспільства в підвищенні ефективності роботи завдяки більш оперативному вирішенню завдань, що передбачають налагодження швидкої комунікації як усередині організації, так і поза нею. Електронний документообіг забезпечив миттєвий доступ до інформації: працівники замість копіювання в стосах паперових документів можуть швидко знаходити необхідні відомості за допомогою пошукових систем.

Перші системи електронного документообігу з'явилися у 1980-ті роки, їх розробляли безпосередньо на підприємствах, вони були індивідуалізовані, не гнучкі до змін, що гальмувало розвиток компанії. У середині 1990-х років з'явилися універсальні системи електронного документування (СЕД), які могли задовольнити потреби більшої кількості замовників через адаптацію уніфікованого ядра програмного забезпечення під вимоги конкретного підприємства. Розвитку електронного документування сприяла поява нових, більш досконалих програмних продуктів [3, 17].

Українське законодавство регулює електронний документообіг шляхом упровадження спеціальних законів і положень, а саме: Закони України «Про електронні документи та електронний документообіг» №851-IV від 22.05.2003, «Про електронну ідентифікацію та електронні довірчі послуги» №2801-IX від 01.12.2022; наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Порядку обміну електронними документами з контролюючими органами» №557 від 06.06.2017 та ін. Ці нормативні акти визначають правила, за якими електронні документи мають правовий статус на рівні з паперовими. Проте, наприклад, оригіналом не вважають свідоцтво про право на спадщину в електронному форматі чи інші випадки, передбачені законодавством. Електронний документ, за законом [1], – це документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа. Структуру електронного документа, наприклад у сфері ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, визначає Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (ред. 01.01.2024), який встановлює обов'язкову наявність таких реквізитів: дата складання; назва підприємства, від імені якого складено документ; зміст, обсяг та одиниця виміру госпо-

дарської операції; посада та прізвище осіб, відповідальних за здійснення операції і правильність її оформлення; особистий підпис або інші відомості, що дають змогу ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні операції. Правове регулювання електронного документообігу сприяє його більш значному поширенню. Водночас це актуалізує потребу визначити позитивні та негативні аспекти цього явища, яке, безперечно, надалі набуватиме подальшого розвитку.

Отже, плюси. Електронний документообіг насамперед сприяє збереженню навколишнього середовища: воно дає змогу заощаджувати природні ресурси, необхідні для виготовлення та зберігання паперових документів. По-друге, електронний формат дає змогу економити фінанси компанії на друкування та переміщення документів, їх зберігання в певному приміщенні. По-третє, значно пришвидшується процес обопільного підписання документа, що в електронних документах здійснюється в кілька кліків і з будь-якої точки світу. По-четверте, усі документи створюють за єдиним корпоративним стандартом, що дає можливість автоматизувати робочі процеси, опрацювати набагато швидше значні масиви інформації. По-п'яте, простеження руху електронних документів усередині підприємства дає змогу виявити час їхнього опрацювання в кожному підрозділі, з'ясувати місце, де вони були затримані, що спрощує менеджмент. По-шосте, електронний формат уможливує змогу управляти тим, яким користувачам надавати (не надавати) доступ до електронних документів. По-сьоме, у документ, засвідчений електронним підписом, не можна внести зміни так, щоб це втручання було непомітним, що надає такому документу юридичної ваги.

З іншого боку, електронний документообіг містить і певні ризики, наприклад щодо гарантій захисту конфіденційної інформації. За допомогою різних методів шифрування та автентифікації компанії мають захистити свої документи від несанкціонованого доступу. Це особливо важливо в сучасному цифровому світі, де кіберзлочинці постійно шукають слабкі місця в системах безпеки. Також швидке оновлення технологій може призвести до неможливості прочитати теперішні електронні документи в майбутньому. Крім того, впровадження електронного документообігу потребує: «додаткових витрат на придбання відповідної ліцензії та встановлення програмного забезпечення на електронно-обчислювальних засобах; навчання персоналу навичкам використання програмного забезпечення для опрацювання електронних документів; вироблення посадовим особам підприємства та іншим працівникам, які засвідчують документи, електронних підписів» [4, 179–180].

На сьогодні головними перешкодами до системного впровадження електронного документообігу є людський фактор – небажання керівництва фіксувати роботу свого підприємства онлайн через потребу

покращити власну цифрову грамотність і свого персоналу, а також неможливість здійснювати електронну комунікацію з усіма партнерами у зв'язку з тим, що не всі морально й технічно готові до неї. Запровадження електронного документообігу є важливим кроком для роботи організації: він має бути продуманим, системним, щоб не нашкодити, а справді підвищити продуктивність та конкурентоспроможність підприємства в сучасному цифровізованому світі.

#### **Список використаних джерел**

1. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України №851-IV від 22.05.2003.
2. Королюк Т., Рапа Н. Діджиталізація документообігу: законодавчі аспекти, переваги та недоліки, ефективність впровадження. Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 270–280.
3. Лугова Т. А., Акімов О. Є. Еволюція систем електронного документообігу підприємств. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2013. № 1. С. 16–20.
4. Пилипенко Л., Воськало В., Япук Т. Переваги та недоліки запровадження електронного документообігу в системі бухгалтерського обліку підприємств України. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023. №8(08). С. 178–182.
5. Яніська А. І. Проблеми та перспективи електронного документообігу в умовах цифрової трансформації. Молодий вчений. 2022. №11(111). С. 128–134.
6. How to choose an electronic document management system for your business? Vchasno. 18.12.2023. URL: <https://vchasno.ua/en/yak-obraty-sed/> (дата звернення: 01.05.2024).

***Дьяченко Роксолана Вікторівна***

*кандидат мистецтвознавства,*

*доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю*

*Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

*r.diachenko@kubg.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0002-8177-2357>*

## **Реклама туристичних і готельних послуг у соціальних медіа**

Соціальні медіа, разом з іншими цифровими комунікаційними технологіями, стали частиною повсякденного життя сучасних людей. Вони замінили традиційні ЗМІ, і люди все частіше взаємодіють з ними в освіті, бізнесі та розвагах.

Індустрія, що постійно зростає, з безліччю можливостей і сегментів для широкого кола споживачів, яким стає все складніше приймати рішення щодо вибору турів, послуг і місць відпочинку – це індустрія туризму та гостинності. У цих випадках їм найбільше допомагає інформація з соціальних мереж, яка зараз виступає в ролі своєрідної реклами. Дехто навіть стверджує, що стрімке зростання індустрії гостинності сьогодні відбувається саме завдяки технологічному просуванню послуг через соціальні медіа. Таким чином, цифрова реклама в соціальних мережах дозволяє компаніям, у тому числі в індустрії гостинно-



сті та подорожей, досягати своїх маркетингових цілей за відносно невеликі кошти. Тим часом споживачі все частіше використовують соціальні медіа-платформи для пошуку інформації, оскільки вбачають у них зручний і надійний засіб, що допомагає їм приймати обґрунтовані рішення за мінімальний час. Таке зближення інтересів спонукало як теоретиків, так і практиків дослідити переваги соціальних медіа в туризмі та готельній рекламі.

Соціальні мережі відіграють все більш важливу роль у пошуку інформації в Інтернеті. Мільйони бізнесів зареєстровані у Facebook, а понад 88% використовують Twitter у маркетингових цілях. Люди проводять все більше часу в Інтернеті, щоб знайти інформацію про товари та послуги, поспілкуватися з іншими споживачами про свій досвід та взаємодіяти з бізнесом [4].

Соціальні медіа включають такі сайти, як TripAdvisor, Twitter, Facebook, Snapchat, блоги, місцеві ЗМІ та онлайн-туристичні агенції. Для багатьох туристичних продуктів TripAdvisor має десятки відгуків [3].

Таким чином, сучасні онлайн-споживачі настільки активні та вимогливі, що інтернет змушує компанії трансформуватися, щоб бути більш інтерактивними, інноваційними та ефективними.

Просування товарів і послуг у соціальних мережах вимагає використання низки інструментів. «Найпопулярнішими з них є побудова бренд-спільнот (створення представництв компанії в соціальних мережах), робота з блогосферою, управління репутацією, персональний брендинг і нестандартне SMM-просування» [2].

Однак соціальні медіа – це не просто інноваційний спосіб реклами та залучення нових клієнтів, а перш за все, ефективний засіб комунікації, покликаний «виконувати відповідну комунікаційну функцію, пов'язуючи рекламодавців і споживачів через онлайн-канали» [1]. Якщо клієнт незадоволений послугою, негативна інформація, розміщена в Інтернеті, миттєво потрапляє до тисяч потенційних клієнтів, що може зашкодити репутації організації. Теж саме стосується і лояльності клієнта до організації, яка активно просуває та продає свої продукти та послуги. Не викликає сумнівів той факт, що міжособистісний вплив та «сарафанне радіо» (WOM) вважаються найважливішими джерелами інформації для споживачів при прийнятті рішення про покупку. Такий вплив особливо важливий в індустрії гостинності та туризму, де важко оцінити нематеріальні продукти до їх споживання [5]. Тому зростання соціальних медіа в епоху Інтернету допомогло туристам більшою мірою задовольнити всі очікування щодо пошуку інформації та отримання зворотного зв'язку [7].

Таким чином, соціальні медіа є двостороннім зв'язком між споживачами, фактично відроджуючи традиційні форми обміну інформацією з вуст в уста, наприклад, між сім'єю, родичами, друзями та сусідами.

Соціальні медіа стають своєрідним дискусійним майданчиком, де можна дізнатися про позитивні та негативні сторони будь-якої послуги чи продукту. Однак очевидно, що потенціал соціальних медіа в цьому контексті є ще ширшим, з точки зору охоплення аудиторії та швидкості передачі інформації. Адже зараз люди діляться своїми думками в Telegram, Instagram та Facebook. Відгуки, залишені користувачами в соціальних мережах, можуть вплинути на майбутніх клієнтів. Якщо він негативний, то може навіть призвести до скасування попередніх замовлень послуг. Багато туристичних сайтів, таких як TripAdvisor та Expedia, містять загальні рейтинги туристичних продуктів від користувачів. Мандрівники оцінюють користувача, який оцінив продукт як такий, що заслуговує на довіру, навіть якщо вони особисто незнайомі з користувачем, який розмістив відгук.

Таким чином, соціальні медіа стають цифровою основою реклами для прийняття рішень, у тому числі щодо купівлі товарів і послуг. Інформація, яку споживачі розміщують на сайтах соціальних мереж, впливає на тих, хто читає пости і переглядає агреговані рейтинги з численних відгуків про продукт або послугу. Діяльність у мережі має значний вплив на рішення щодо вибору. Тому соціальні медіа вважаються надійним джерелом інформації від споживачів, які стикалися з туристичними продуктами [3].

Самі організації повинні використовувати соціальні медіа не лише для того, щоб охопити потенційних клієнтів, але й для того, щоб навчитися реагувати на негативні коментарі, які можуть підірвати довіру нових відвідувачів [6].

Соціальні медіа також надають користувачам різні джерела туристичної інформації, полегшують реконструкцію туристичної інформації та змінюють спосіб надання туристичної інформації. Тому організаціям слід використовувати різні соціальні медіа для постійного оновлення відповідної інформації. Не дивно, що клієнти використовують такі сайти, як TripAdvisor та Expedia, щоб дізнатися ціну на певне місце в певний день [3].

Загалом, використання соціальних медіа в туристичному та готельному бізнесі має такі переваги: швидка диференціація та персоналізація послуг, забезпечення впізнаваності бренду, особливо завдяки позитивному досвіду; відгуки клієнтів впливають на репутацію та довіру; завдяки доступу до інформації з соціальних медіа; розширення клієнтської бази; збільшення продажів через покращення впізнаваності бренду; збільшення трафіку через повідомлення про знижки, спеціальні пропозиції, запуск нових послуг, акції та події.

#### **Список використаних джерел**

1. Григор'єва Л. Застосування соціального медіа-маркетингу в просуванні туристичного продукту. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018\\_1/jrn/pdf/31.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018_1/jrn/pdf/31.pdf) (дата звернення: 10.04.2024)
2. Кусина О.О. Соціальні мережі як ефективний інструмент маркетингу в індустрії зустрічей.

- Креативна економіка. 2013. №1(73). С.55-63.
3. Bowen J. T. Trends affecting social media: Implications for practitioners and researchers. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2015. Vol. 7(3). P. 101-109.
  4. Dwivedi Y. K., Hughes D. L., Carlson J., Filieri R., Jacobson J. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*. 2020. URL: <http://hdl.handle.net/10454/18041> (дата звернення: 12.04.2024)
  5. Litvin S., Goldsmith R., Pan B. Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*. 2006. Vol. 29(3). P. 275–281.
  6. Pan B., Crotts J.C. Theoretical models of social media, marketing implications, and future research directions. In Sigala M., Christou E., Gretzel U. (Eds.). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases* Surrey, UK: Ashgate, 2012. P. 52-64.
  7. Ravindran D., Uma R.P. Influencing Social Media Factors on Tourism Service Satisfaction. *Journal of Management Research and Analysis*. 2018. Vol. 5. P. 145-149.

**Закірова Світлана Геннадіївна**

*кандидат історичних наук, доцент, завідувач  
відділу обслуговування інформаційними ресурсами  
Національної юридичної бібліотеки*

*Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського*

*zakirovasvtl@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0002-5396-7210>*

## **Цифрові технології комунікації влади і громадян: досвід Естонії і України**

Сучасний світ характеризується стрімким зростанням рівня діджиталізації різних сфер приватного і публічного життя. Інформаційні технології стають невід’ємною частиною вертикальної і горизонтальної площини суспільної і державної комунікації. Демократичні держави світу активно використовують принципи електронного урядування, загальною метою якого є застосування інформаційно-комп’ютерних технологій для підвищення рівня надання державних послуг, впровадження цифрових методів для взаємодії органів влади (державної і місцевої) з громадянами, економічними, політичними і суспільними організаціями та об’єднаннями.

Масштабність завдань, які вирішують країни у сфері цифровізації процесів взаємодії і комунікації різного рівня, відображається у програмних документах і окремих держав, і міждержавних об’єднань. Так, прийнята Європейським Союзом у 2021 р. програма «Цифрова Європа» визначає декілька головних цілей до 2030 р., однією з яких є цифровізація державних послуг: 100 % доступності онлайн-надання ключових державних послуг для громадян та підприємств Європейського Союзу; 100 % громадян Союзу мають мати доступ до своїх медичних записів (електронні медичні картки (EHR)); користування 80 % громадян ЄС рішеннями цифрової ідентифікації (ID) [1, 33].

Утім за 8 років до встановленого терміну, ще у 2022 р. одна з країн ЄС – Естонія – практично досягла зазначеного у програмному документі рівня цифровізації державних послуг. Зокрема, 99 % державних послуг в Естонії доступні онлайн 24 години на добу. Інноваційні електронні рішення є основою естонської системи охорони здоров'я. В Естонії функціонує загальнонаціональна система електронних медичних карток; електронна швидка допомога; централізована онлайн-система видачі та обробки медичних рецептів, коли в аптеці пацієнт лише пред'являє ID-картку. 99 % даних, які зберігаються в лікарнях та в сімейних лікарів, є цифровими, і 99 % рецептів виписуються онлайн [2].

Важливою складовою переходу на цифровий рівень комунікації у сфері «громадянин – держава» стало запровадження в Естонії у 2002 р. цифрового підпису, який юридично було прирівняно до паперового. Завдяки процедурі цифрового підпису стало можливим суттєве збільшення онлайн-надання державних послуг. Цифровий підпис разом із процедурою цифрової ідентифікації естонського громадянина дозволили створити систему електронного голосування, і у 2005 р. провести перші загальнонаціональні вибори з використанням системи інтернет-голосування.

Натепер громадяни Естонії завдяки рішенням цифрової ідентифікації можуть брати участь у муніципальних і національних виборах, а також виборах до Європейського парламенту.

Громадяни країни активно підтримують цифровізацію навіть такої складної системи організації державного життя як виборчий процес. Кількість охочих взяти участь в електронній системі інтернет-голосування на виборах в Естонії постійно зростає. Якщо на перших муніципальних виборах 2005 р. електронним голосуванням скористалися близько 3 % громадян (9 тисяч виборців), то на парламентських виборах 2011 р. вже понад 20 % (понад 140 тисяч) [3, 103]. А на виборах у березні 2024 р. вперше через інтернет проголосувало більше половини тих, хто взяв участь у виборах – 313,5 тисяч (51 %) із 615 тисяч виборців, що перевищує рекордні показники виборів 2019 р., коли е-голосуванням скористалося 245 тисяч естонців [4].

Ще одним яскравим прикладом діджиталізації сфери взаємодії держави з іноземними громадянами в Естонії є запровадження у 2014 р. процедури «електронного громадянства» (e-Residency), завдяки якій нерезиденти отримали онлайн-доступ до усіх послуг держави. Такий віртуальний спосіб взаємодії держави з особою дозволяє, наприклад, з будь-якого місця у світі зареєструвати компанію в Естонії без власної фізичної присутності через онлайн-отримання естонського ідентифікаційного податкового коду і цифрового підпису.

Станом на вересень 2022 р. в Естонії зареєстровано майже 100 тисяч електронних резидентів зі 176 країн, які заснували в Ес-

тонії біля 23 тисяч цифрових компаній. Через початок повномасштабної агресії РФ проти України 24 лютого 2022 р. інтерес українців до естонської програми e-Residency суттєво збільшився. Практично кожен десятий електронний резидент Естонії є українським громадянином, причому після 24 лютого 2022 р. Україна додає в середньому до 100 е-резидентів на місяць. Загалом Україна вважається країною номер один за показником створення компаній електронними резидентами, оскільки має найбільшу кількість е-резидентів в Естонії – близько 6 000 осіб, третина з яких заснували компанії у комп'ютерному програмуванні, роздрібних онлайн-продажах, бізнес-консультаціях тощо [2].

Важливим кроком підтримки нашої держави і громадян в умовах повномасштабної війни росії проти України стала спеціальна процедура естонської державної підтримки у системі e-Residency. Естонія компенсує українським громадянам державне мито, що сплачується при подачі заявки через е-резидентство, щоб вони могли продовжувати свою підприємницьку діяльність, вимушено припинену з початком війни, або відкрити новий бізнес. Повернення зборів при реєстрації підприємства через e-Residency (до 400 євро) розповсюджуються на тих українців, які подали заявки до кінця 2024 р. Це включає відшкодування державного мита у розмірі 100-130 євро та 265 євро за реєстрацію компанії в Естонії через визначених провайдерів. З моменту запуску програми до грудня 2023 р. підтримкою скористалися майже 7 тис. українців [5].

Україна натепер має високі досягнення у напрямку цифровізації державних послуг, веде активну роботу щодо запровадження програми e-Residency. У квітні 2023 р. набув чинності базовий закон, який передбачає врегулювання статусу електронного резидентства. У вересні 2023 р. було прийнято урядову постанову, яка врегулює механізм набуття та скасування статусу е-резидента; порядок формування й ведення української системи «Е-резидент». З грудня 2023 р. Мінцифри України розпочало тестування послуги електронного резидентства для іноземних підприємців. Проте поки українська система e-Residency повноцінно не запущена через низку юридичних, фінансових та інших чинників. В умовах активних бойових дій на нашій території саме така система дозволила б дистанційно створювати підприємства, вести бізнес, і головне, сплачувати податки до державного бюджету іноземним громадянам без їх фізичного перебування в Україні.

Значним успіхом України на шляху цифрової євроінтеграції стало те, що з травня 2023 р. Україна стала першою країною – не членом ЄС, чий електронний підпис було визнано в Європейському Союзі. Українські електронні підписи та печатки на цифрових документах зможуть перевіряти за допомогою інфраструктури ЄС, що відкриває додаткові

можливості для українських біженців і бізнесу в ЄС. У Єврокомісії заявили, що Дія.Підпис-EU відповідає регламенту eIDAS Європейського Союзу і ним можна підписувати документи чи контракти, які дійсні як в Україні, так і в країнах ЄС [6].

Загалом спектр продуктів і послуг «Дії» все частіше використовується в різних державах ЄС, особливо в умовах надзвичайної хвилі українських утікачів від війни в Європі після 24 лютого 2022 р. Зацікавленість у вивченні досвіду українського державного застосунку «Дія» як концепції надання державних послуг і взаємодії з громадянами і суспільством висловили ряд країн світу, серед яких і європейський лідер у сфері цифровізації – Естонія.

Отже, попри складнощі воєнного сьогоднішнього дня Україна має рухатися до інтеграції у загальний європейський простір. Важливою частиною цієї інтеграції є цифровізація державних послуг, взаємодія і комунікація держави з громадянами і бізнесом.

Аналіз досвіду Естонії, яка є одним із лідерів серед країн ЄС за рівнем впровадження електронних державних послуг, дозволить якомога ефективніше запроваджувати процес діджиталізації комунікації влади і громадян в Україні. Співпраця у сфері цифровізації державного і економічного життя може бути корисна не тільки Україні, але й Естонії, бо вже зараз наша держава має суттєві успіхи на цьому шляху, і нам є що запропонувати своїм європейським партнерам у сфері цифрових інформаційно-комунікаційних технологій.

#### **Список використаних джерел**

1. Шопіна І.М. Принципи цифрової трансформації України крізь призму досвіду Європейського Союзу. Південноукраїнський правничий часопис. 2022. № 4. С. 29-34. DOI: <https://doi.org/10.32850/sulj.2022.4.3.6>
2. Крістіан Ярван, міністр зовнішньої торгівлі та інформаційних технологій Естонії. Використання цифрових підписів економить близько 2% ВВП країни щороку. Укрінформ. 21.09.2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3576446-kristian-arvan-ministr-zovnisnoi-torgivli-ta-informacijnih-tehnologij-estonii.html> (дата звернення: 26.04.2024).
3. Гриньов С., Закоморна К. Електронне голосування: перспективи впровадження в Україні та зарубіжний досвід. Юридичний науковий електронний журнал. 2021. № 4. С. 101-105. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2021-4/23>
4. Смець М., Сидоренко С. Е-вибори проти популістів: як інтернет-голосування в Естонії закріпило підтримку України. Європейська правда. 6.03.2024. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2023/03/6/7157412/> (дата звернення: 26.04.2024).
5. Пільговий період реєстрації компанії через естонську e-Residency продовжили до кінця 2024 року. Економічна правда. 06.12.2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/12/6/707368/> (дата звернення: 26.04.2024).
6. Важливий крок до цифрового безвізу: українські електронні підписи та печатки на цифрових документах можуть перевіряти в державах-членах ЄС. Міністерство цифрової трансформації України. 04.05.2023. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/vazhliivy-krok-dotsifrovogo-bezvizu-ukrainski-elektronni-pidpisi-ta-pechatki-na-tsifrovikh-dokumentakh-mozhut-pereviryati-v-derzhavakh-chlenakh-es> (дата звернення 30.04.2024.)

**Karpenko Olena Oleksiivna**  
*PhD in Pedagogy, Associate Professor,  
Associate Professor of Documentation Science  
and Information Activity Department,  
State University of Information and Communication Technologies,  
karpenkoo@duikt.edu  
orcid.org/0000-0002-9922-165X*

## **Fostering Information Culture in ILAS Education: A Key Component of ICT Literacy**

The ever-evolving landscape of Information and Communication Technologies (ICT) presents both opportunities and challenges for Information, Library and Archival Studies (ILAS) specialists. While ICTs offer unprecedented access to information, the sheer volume and complexity of data can be overwhelming. Navigating this intricate landscape requires a strong foundation in information culture.

This paper argues that fostering information culture within ILAS education is no longer optional; it is a key component of developing ICT-literate professionals who can effectively manage, analyze, and utilize information in a meaningful way.

By equipping ILAS graduates with a strong information culture, educational institutions can empower them to:

- critically evaluate information sources and identify reliable data in the age of misinformation and disinformation;
- effectively leverage ICT tools for information retrieval, organization, and dissemination;
- contribute to the preservation and accessibility of information within libraries, archives, and information centers.

This paper explores the concept of information culture and its essential characteristics for ILAS specialists. The fostering of information culture within ILAS education is what will prepare future professionals to thrive in the dynamic world of ICT and contribute meaningfully to the information needs of their communities.

Information culture encompasses the knowledge, skills, attitudes, and values necessary to effectively acquire, utilize, and apply information for professional development and problem-solving in a chosen field [1]. For ILAS specialists, this includes information literacy, the ability to locate, evaluate, and synthesize information from diverse sources. But information culture goes beyond technical skills. It fosters critical thinking, ethical information use, and a lifelong commitment to learning [2].

Creating information-literate ILAS specialists requires a multi-faceted approach. Existing courses at the State University of Information and Communication Technologies (DUIKT), like a special compulsory discipline «Information Culture of Professional Communication» for doctoral students,

«Mediaculture in the Information Space», «Professional Direction Conception», or «Organizing Information Institutions' Activity») for future bachelors, as well as «Persuasive Communication Strategies in the Professional Activity», «Methodology and organizing scientific investigations in the branch» for future masters can be enriched by incorporating information literacy exercises, such as source evaluation or data analysis projects. Furthermore, developing dedicated information culture courses or modules specifically tailored to ILAS needs can provide a deeper understanding of information management in libraries, archives, and information centers. When designing such courses, it is crucial to consider the specific directions, competencies, and desired learning outcomes of each program within ILAS. By following this approach, we can develop well-rounded information professionals who can guide individuals and communities in the ever-evolving information landscape. A strong information culture for ILAS professionals manifests in four key characteristics:

- Social and Communicative Block that includes understanding and adhering to ethical principles, communication norms, and collaborative practices within academic and professional settings. For instance, when mastering communication skills for effective collaboration with researchers, students, and colleagues to share information and resources;

- Professional and Functional Block which focuses on the knowledge and skills required for analyzing, processing, organizing, and utilizing information effectively. It also emphasizes leveraging technology for professional problem-solving and continuous learning. For example when developing expertise in information retrieval techniques, data analysis tools, and content management systems relevant to the specific ILAS field (e.g., library science, archival management);

- Personally-Motivated Block that fosters self-directed learning, lifelong learning habits, and a responsible approach to information use like cultivating a critical and questioning mindset for continuous information seeking and professional development;

- Linguistic Block that emphasizes strong language skills for comprehending and transmitting information accurately and logically in both written and oral communication such as developing proficiency in subject-specific terminology and effective writing skills for clear and concise communication within the ILAS field [3].

In conclusion, fostering information culture within ILAS education is essential for developing well-rounded and ICT-literate information professionals. By equipping graduates with the necessary knowledge, skills, and values, educational institutions can empower them to become crucial actors in the information ecosystem. These information professionals will be prepared to navigate the complex digital landscape, critically evaluate information sources, and contribute meaningfully to the information needs of their communities.



## References

1. Karpenko O. O. The course «Information Culture» as a means of forming media and information literacy of students in the modern learning environment. Media4u Magazine: Proceedings of 10th International Research Electronic Conference Media and Education 2018. 2018. Special Issue. P. 94–98. URL: <http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf> (date of access: 03.05.2024).
2. Karpenko O. O. The information culture as means of enhancing the professionally oriented foreign language competence in the higher education. Media4u Magazine: Proceedings of 10th International Research Electronic Conference Media and Education 2016. 2016. Special Issue. P. 59–63. URL: <http://www.extrasystem.com/9788087570357.pdf> (date of access: 03.05.2024).
3. Karpenko O. O. Information culture as a component of modern learning environment in higher education. Безпекове інноваційне суспільство: взаємодія у сфері правової освіти та правового виховання : матеріали міжнар. Інтернет-конференції, 25 травня 2016, Харків. Харків, 2016. С. 69–74. URL: <http://conf.nlu.edu.ua/bis-2016/paper/view/3937> (date of access: 03.05.2024).

*Міненко Людмила Миколаївна*  
*доктор філософії, старший науковий співробітник*  
*науково-дослідного відділу інституту*  
*інформаційно-комунікаційних технологій та кібероборони*  
*Національного університету оборони України.*  
*[l.minenko2023@gmail.com](mailto:l.minenko2023@gmail.com)*  
*ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0249-9856>*

## **Складнощі налагодження інформаційних комунікацій: дослідник – наукове видання**

В умовах сьогодення, все актуальнішим стає питання формування якісного вітчизняного інформаційного наукового простору, що є прямим наслідком редакційно-видавничої діяльності наукових фахових видань. Розглянувши низку сайтів фахових наукових журналів, видавцями яких є заклади вищої освіти та інші наукові установи, виявлено, що їхні керівні органи надають недостатньо належної уваги розробці й затвердженню регламентно-методичних (керівних і роз'яснювальних) документів, покликаних ознаямлювати зацікавлені сторони з політикою журналу та цілеспрямовувати роботу авторів на підготовку якісних наукових досліджень. Водночас, у спеціалізованій літературі, більшою мірою, окреслено найголовніші загальні питання, що охоплюють основні процеси редакційно-видавничої підготовки, поліграфічного виконання та реалізації різних видів завдань цієї сфери [1]. Враховуючи означене, вважаємо за необхідне звернути увагу на складнощі налагодження інформаційних комунікацій між дослідниками й науковими виданнями, які чітко не зафіксовані у регламентно-методичних документах видавця.

Наразі, ми спостерігаємо, що організація таких комунікацій з боку адміністративних органів видавців є суб'єктивною. Всі питання редакційно-видавничої діяльності вирішуються з позиції, як правило, одні-

єї особи – керівника, який відповідає за випуск журналу. Тому об'єктивність вирішення усіх питань залежить від освітньо-культурного рівня управлінця та його особистісного розвитку. Отже, створюючи фаховий науковий журнал, установам-засновникам потрібно потурбуватися заздалегідь про наявність зрозумілих і чітких регламентно-методичних документів, що регулюватимуть напрями діяльності журналу. Така позитивна адміністративна практика установ-засновників забезпечить: стійкий розвиток журналу; підкреслить / посилить статус соціально відповідальної установи-засновника; утвердить довготривалу репутацію фахового наукового журналу, якому довіряють.

Відсутність таких регламентних документів спричиняє недотримання, редакційними колегіями фахових наукових журналів, принципів об'єктивності та рівності у процесі роботи з поданнями авторів. Водночас варто зауважити, що подібні ситуації можуть також виникати через відсутність належного кадрового потенціалу чи фінансових ресурсів у видавців наукових журналів або ж бути наслідком несвідомої чи свідомої низької соціальної відповідальності працівників деяких редакційних колегій. Крім того, описані негативи є підґрунтям для формування неякісного вітчизняного наукового інформаційного простору. Адже наукові результати таких матеріалів є сумнівними, не викликають довіри у дослідників і, відповідно, не задіяні у науковому дискурсі.

Наразі, нарікання про незрозумілість чи відсутність у відкритому доступі регламентно-методичних документів наукових фахових журналів щодо оформлення статті чи викладення окремих її складових елементів можна почути під час міжособистісного спілкування, або ж дізнатися з повідомлень у соціальних мережах. Проте такий підхід не сприяє усуненню чи роз'ясненню незрозумілих питань. Саме тому, кожному науковому журналу бажано розмістити на сайтах власних видань розглянутий і належно затверджений установою-засновником пакет регламентно-методичних документів, до яких входять і «Методичні рекомендації для підготовки наукових статей до публікації у фахових журналах» або «Керівництво для авторів» тощо, назви можуть бути різними. Орієнтовна структура такого регламентно-методичного документу може бути такою:

1. «Схема-зразок оформлення статті» – для загального візуального ознайомлення зі структурою статті.

2. «Вимоги до оформлення елементів статті» – конкретизовані пояснення вмісту кожного структурного елемента статті, наведеного у Схемі-зразку.

- 2.1. «Зразки оформлення деяких бібліографічних посилань» – для допомоги авторам у правильному і стандартному оформленні літературних джерел, що сприяє дотриманню наукової доброчесності й дає змогу читачам/редакторам/рецензентам знаходити джерела, на які

посилається автор.

3. «Шаблон подання статті» – для тих авторів, хто сприймає інформацію у більш деталізованому вигляді.

Зазначені настанови дають змогу авторам:

переконатися, що зібрана наукова інформація відповідає тематичним рубрикам журналу;

проаналізувати доцільні наукові праці за темою обраного дослідження;

визначити актуальність і мету статті;

змістовно викласти теоретичну складову та показати практичне значення поданого для публікації наукового дослідження;

за допомогою засадничого методичного інструментарію, опрацювати дослідження, виокремити елементи наукової новизни, зробити логічні висновки;

відповідно до стандартизованих вимог, сформувати список бібліографічних посилань українською мовою та References;

згідно вимог Міністерства освіти і науки України, структурувати та оформити статтю.

Варто зазначити, що наявність у видавців регламентно-методичних документів з означеними настановами сприятиме підвищенню довіри до напрацювань вчених і до видань, що публікують такі дослідження, а також, до формування якісного наукового інформаційного простору. Крім того, в умовах поступової інтеграції українських вчених до міжнародного дослідницького співтовариства, яке активно переймається проблемами стосовно забезпечення належного фахового рівня інституту репутації науковця, наявність таких документів дасть змогу кожному вченому усвідомити важливість власної ролі в створенні якісно-змістовного, добросовісного інформаційного наукового простору, що прямо пов'язано з його прізвищем [2].

Отже, керівники установ-засновників наукових фахових видань, мають усвідомлювати важливість належно розроблених і затверджених регламентно-методичних документів стосовно підготовки наукових статей до публікації у власних журналах. Такі документи виступають інструментом, що удосконалює репутаційні переваги як для авторів, так і для видавців, сприяють формуванню такого феномену як «інститут репутації» кожної із заінтересованих сторін і усувають розглянуті тут складнощі налагодження інформаційних комунікацій.

#### **Список використаних джерел**

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: практичний посібник / 2-ге вид., стереотипне. Київ : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
2. Міненко М. А., Міненко Л. М. Репутаційний потенціал науковця як складова системи забезпечення інформаційної безпеки держави у воєнній сфері. Когнітивна безпека в системі забезпечення інформаційної безпеки держави у воєнній сфері: проблеми та шляхи їх вирішення. Національний університет оборони України, 25 квітня 2024 р., м. Київ. Сертифікат: ID 454044360069444446710.

*Петрова Ірина Олександрівна*  
кандидатка історичних наук, доцентка,  
доцентка кафедри інформаційної діяльності  
Маріупольського державного університету  
*i.petrova@mu.edu.ua*  
*<https://orcid.org/0000-0002-9032-3203>*

## **Модифікація звернень громадян як фактор вдосконалення комунікації між громадою та владою**

Стійка позиція та прагнення українського суспільства жити й діяти в демократичній державі спонукає до вдосконалення засобів взаємодії громади та органів державної влади, місцевого самоврядування.

Використання звернень громадян як каналу комунікації спостерігається протягом багатьох століть, але сприйняття його як виду управлінського документа, що несе в себе важливу інформацію для управління конкретною адміністративною територіальною одиницею та/або державою взагалі, відбувається одночасно з становленням державного устрою, системи місцевого самоврядування в Україні, у 1990-х роках.

Поступово, починаючи від прийняття Закону України «Про звернення громадян» у 1996 році [2] до сьогодення, сформовано ґрунтовне нормативно-правове забезпечення, яке регламентує організацію роботи за зверненнями громадян. Аналіз цих документів вказує на наявність сталих тенденцій в роботі з пропозиціями, заява та скаргами громадян: право на звернення як громадян України, так і тих, хто ними не є, але законно знаходиться на її території; дотримання встановлених вимог щодо створення звернення, обов'язково відсутність анонімності; реєстрація, моніторинг виконання, надання відповідей громадянам, аналіз всіх отриманих, без винятку, звернень громадян. Проте, трансформації також мали місце в зазначений вище період. Суттєвим еволюційним викликом стало обрання Україною шляху переходу до інформаційного суспільства, а отже і впровадження нових форматів взаємодії громади та влади. Ці зміни були враховані та зазначені в законодавстві [1].

Модифікації звернень громадян чітко простежуються саме на письмових зверненнях громадян, які можуть бути як індивідуальними, так і колективними. Індивідуальне письмове звернення громадянина вже у першому десятиріччі XXI сторіччя набуває формату електронного звернення. Пізніше, після 2015 року, колективні письмові звернення також модифікуються. Їх особливою формою стає електронна петиція, яка подається Президенту України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, органу місцевого самоврядування.

На нашу думку, колективні звернення громадян більш об'єктивні, повні, актуальні за змістом, оскільки це є синергією бачення та зусиль представників як конкретної територіальної громади, так і певного

верства суспільства відповідно до їх соціального стану, спрямовану на покращення умов життєдіяльності громадян. Індивідуальні звернення також мають значення для розвитку адміністративної територіальної одиниці, держави, проте, вони містять більш суб'єктивну оцінку реальності, а інколи й абстрактну, недостеменну.

Основним принципом оформлення електронного індивідуального звернення громадянина є відкритість та ідентифікація автора звернення. Електронне звернення, як і традиційне письмове звернення, має містити прізвище, ім'я, по батькові; місце проживання громадянина; суть порушеного питання, зауваження, пропозиції, заяви чи скарги, прохання чи вимоги. На відмінну від традиційного письмового звернення до електронного звернення не вимагається застосування електронного цифрового підпису. Ідентифікатором автора звернення є електронна поштова адреса, на яку заявнику може бути надіслано відповідь, або відомості про інші засоби зв'язку з ним. Такий засіб ідентифікації є достатньо зручним для більшості українців. Не можна сказати, що сьогодні отримання та використання кваліфікованого електронного підпису фізичними особами є складним процесом. На нашу думку, додання до обов'язкових вимог оформлення електронного звернення накладання кваліфікованого електронного підпису має бути законодавчо закріплено. Це забезпечить високий рівень відповідальності громадянина за зміст порушеного питання та інформаційної культури українського суспільства взагалі.

Електронна петиція як колективне звернення громадян має особливості, дотримання яких під час подання забезпечують її чинність, можливість розгляду та прийняття відповідного рішення. До таких відносяться: суть звернення, прізвище, ім'я, по батькові автора (ініціатора) електронної петиції; адрес електронної пошти; дата початку збору підписів (загальний термін збору підписів для початку розгляду петиції, надісланої на адресу Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, має становити не більше трьох місяців з дня оприлюднення петиції, а на адресу органу місцевого самоврядування визначається статутом територіальної громади); інформація щодо загальної кількості підписів та перелік осіб, які підписали електронну петицію (необхідна кількість підписів для початку розгляду петиції, надісланої на адресу Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, має бути не менш як 25000 підписів громадян, а на адресу органу місцевого самоврядування також визначається статутом територіальної громади). Також, форма фіксування електронної петиції представлена на сайті конкретного адресата (інтернет-представництво Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, органу місцевого самоврядування), на якому і розміщується її текст. Саме на сайті адресата можна знайти інформацію про підтримку або не підтримку електронної петиції, а

також відповідь на неї. До речі, надання відповіді заявникові у випадку електронної петиції передбачає декілька варіантів: на сайті органу влади, якому вона була адресована, автору (ініціатору) електронної петиції та відповідному громадському об'єднанню, яке здійснювало збір підписів на підтримку відповідної електронної петиції [2].

Вважаємо електронну петицію найбільш ефективним каналом комунікації, засобом взаємодії громади та органів державної влади, місцевого самоврядування. Вона забезпечує прозорість, доступність, відкритість влади починаючи з системної модерації сайту органу влади закінчуючи прийняттям важливих для українського суспільства управлінських рішень. Аналіз тематики електронних петицій відображає ту дійсність, в якій перебуває держава взагалі та конкретна територіальна громада зокрема, а також настрої та сприйняття цієї дійсності громадянами. Законодавче закріплення офіційного статусу електронної петиції свідчить про дотримання принципів демократії в Україні.

Звернення громадян залишають за собою позицію найбільш дієвого засобу комунікації між громадою та владою, а їх модифікація сприяє продуктивності обміну інформацією та прийняттю якісних управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел**

1. Про внесення змін до Закону України «Про звернення громадян» щодо електронного звернення та електронної петиції»: Закон України від 02 липня 2015 року № 577-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/577-viii> (дата звернення: 18.04.2024).
2. Про звернення громадян: Закон України від 02 жовтня 1996 р. № 393/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 18.04.2024).

***Родінова Наталія Леонідівна***

*кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій  
НАКККіМ*

*nrodinova@dakkkim.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0002-2259-5573>*

### **Медіапсихологія та її проблемне поле застосування**

Медіатехнології вписалися у повсякденне життя, вони спричинили структурні та психологічні зміни в суспільстві. Можливість рівного спілкування змістила акцент з того, що раніше обмежувалось інформаційним потоком, контрольованим кількома джерелами, до потоку нескінченної інформації та зв'язку.

Сукупність трансльованого онлайн і офлайн контенту, гаджетів та обладнання, засобів створення, передачі та доступу до інформації фо-

рмує глобальний інформаційний простір, який щодня впливає на значну частину життя суспільства. Поступово наше життя стало набуло залежності від присутності в ньому потрібних інструментів підключення до глобальної інформаційної мережі. Навіть більше, формується й нова форма мислення та навичок, які орієнтовані на швидку адаптацію до використання різних гаджетів. Результатом цих процесів стала поява «просьюмерів», коли медіаспоживачі роблять судження, виробляють та розповсюджують інформацію. Ця нова ідентичність радикально розширила діапазон впливу медіа.

Питання взаємодії медіа з аудиторією вже не одне десятиліття не виходять з поля зору науковців по всьому світу. Технологічний прогрес і розвиток інтернет-ресурсів зумовили настання цифрової епохи, яка створила широкий діапазон різноманітних «медіа». Дедалі більше досліджень зачіпають аспекти взаємодії в сучасному медіасередовищі, деталізують проблеми та об'єкти досліджень, аналізують складні зв'язки, пояснюють процеси в мережі. Серед дослідників вивченням різних явищ і впливів «медіа» займалися: Н. Луман, А. Моль, М. Маклюен, Ч. Пірс, Д. Полкінхорн, Н. Коструба, О. Немеш, Г. Почепцов, Г. Онкович та багато інших. У своїх дослідженнях учені розглядають різні глобальні та локальні аспекти життя людини в сучасному медіасередовищі.

Конвергенція медіа, технологій, комунікації, науки та мистецтва трансформує наш світ, а соціо-психо-медіа ефекти всебічно охоплюють наше суспільство. Одним з актуальних напрямів розвитку наукових знань є медіапсихологія, що пояснює взаємодію людей і медіатехнологій у контексті сучасної інформаційної культури та виявляє закономірності цієї взаємодії. Говорячи іншими словами, медіапсихологія намагається зрозуміти, як засоби комунікації, ключовий чинник у зростаючому споживанні технологій, впливають на використання, сприйняття та реакцію людей на інформацію і як вони взаємодіють між собою.

Університети сьогодні реагують на зміни свіжими підходами, допомагають розвивати майстерність у нових галузях розширюючи спектр пропозованих дисциплін. З'являється багато нових кар'єрних можливостей і нових типів посад. Культурні індустрії стрімко розвиваються та відчують дедалі більшу потребу у медіапрофесіоналах, креативних практиках і архітекторах рішень, які розуміються на психології та найсучасніших технологіях. Від здобувачів, а у подальшому від фахівців, вимагається розуміння наслідків впливу медіа, адже ці знання значно підвищують їх конкурентоспроможність у більшості новітніх професійних напрямках. Вивчення медіа ефектів і розуміння психології медіа є фундаментальними для нових тенденцій у підготовці фахівців.

Медіапсихологія сьогодні поєднує знання з психології, штучного інтелекту та медіа. Медіапсихологія також включає розуміння фізич-

них та емоційних реакцій мозку, діапазону емоцій, психологію само-вираження, переконання, гендерних особливостей та дії стереотипів. Вона охоплює вивчення теорій емоційного контролю, правдоподібності, ситуативного пізнання, оцінки, навчання, картування, зворотного зв'язку, майстерності, наполегливості. Медіапсихологія – це і мистецтво, і наука, що охоплює викладання, побудову теорії, дослідження, застосування та виконання, оскільки вони стосуються виробництва, обробки та впливу повідомлень засобів масової комунікації та розважальних медіа на індивідів, групи та суспільство. Вона розглядає ці впливи з точки зору сенсорних і когнітивних процесів, а також ширших групових та індивідуальних ефектів, пов'язаних з культивованою поведінкою, ставленням і цінностями. Широкою є й сфера досліджень ефектів, серед яких: вплив на аудиторію різних новинних та розважальних медіа, демографічні характеристики аудиторії та її кількість. Прикладами таких впливів можуть бути формування, підтримка та/або зміна індивідуальних і групових стереотипів, інклюзія та її вплив на медіа історії і медіа перспективи, рекламний та пропагандистський контент, а також навчання і використання нових навичок та інформації.

Інший вимір медіапсихології належить до практичної сфери і пов'язаний з появою психологів у різних видах ЗМІ, а також з їхньою презентацією інформації про психологію та роз'ясненням її сутності. До цієї групи належать психологи, які консультують ЗМІ з різної тематики, психологи, які створюють продукти для ЗМІ (наприклад, книги, фільми, онлайн та офлайн журнальні статті), психологи, які виступають на радіо або телебаченні в якості гостей і ведучих, а також психологи, які пропонують онлайн послуги, наприклад, освіта та консультації.

Третій вимір медіапсихології стосується тих, хто працює з урядовим сектором, бізнесом і навчальними закладами та всередині них, а також тих, хто застосовує психологію в різних галузях, включаючи комерцію, освіту, розваги, адміністрування, охорону здоров'я і телекомунікації. Мультимедіа в інституційних установах, а також пошук комерційних можливостей та/або інновацій у дистанційному навчанні для освітніх і корпоративних груп також є частиною цього виміру.

Експерти називають сучасний стан медіасфери епохою тотального інформаційного шуму, а також епохою постправди. Відбувається «тихий вплив», коли не є очевидними є заклики до активності, проте відбувається поступове формування відповідних моделей поведінки, способу мислення, масового емоційного фону. А також спостерігаємо в інформаційному середовищі засилля фейків, фальсифікації даних, маніпуляції тощо [1, с. 292].

Швидке поширення технологій протягом останніх п'ятдесяти років залишило небагато місць на землі, недоторканих технологіями. Громадяни з усього світу беруть участь у політичних і соціальних



подіях, які відбуваються по всьому світу в режимі реального часу використовуючи соціальні мережі. У нас є смартфони, розумні автомобілі і розумні будинки, незабаром з'являться розумні міста. Мобільні мережі забезпечують доступ до соціальних груп, освіти, розваг, охорони здоров'я та соціальних послуг, а також кар'єрних і комерційних можливостей; вони дозволяють нам розвантажити щоденні завдання одним дотиком до екрану.

Отже, медіапсихологія не нехтує проблемами, але вона зосереджена на просуванні вперед і пошуку рішень, заснованих на сильних сторонах, а не на тому, щоб бути прикутою виключно викорінення слабких сторін.

#### **Список використаних джерел**

1. Кальба Я.Є. Мас-медіа й ідентичність: проблеми та виклики сьогодення (суб'єктно-вчинковий вимір). [Електронний ресурс]. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-37-2.1.17>

#### **Сенченко Оксана Миколаївна**

*кандидат наук із соціальних комунікацій,  
ст. викладач кафедри зв'язків з громадськістю і журналістики  
Київського національного університету культури і мистецтв  
e-mail: [okline.www@gmail.com](mailto:okline.www@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3587-394X>*

#### **Сенченко Наталія Миколаївна**

*кандидат історичних наук, провідний науковий співробітник  
науково-дослідного відділу історії Києво-Печерської лаври  
та музейництва  
Національного заповідника «Києво-Печерська лавра»,  
[n\\_center@ukr.net](mailto:n_center@ukr.net)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6058-7964>*

### **Цифрові колекції документальної спадщини Києво-Печерської лаври у освітньому просторі**

Культурна спадщина, поєднуючи у собі освітньо-виховний, культурний, економічний, науковий потенціал є значущою складовою історичної пам'яті народу та ключовим фактором економічного розвитку суспільства [4]. Однак військові конфлікти призводять до невідомих втрат культурної спадщини України. Особливо вразливими є документальні пам'ятки, значна кількість яких вже втрачена внаслідок природних або антропогенних факторів. Збереження цього цінного сегменту є пріоритетним завданням не лише для державних установ та громадських організацій, але й для кожного свідомого громадянина України.

Сьогодні світова спільнота через свої представницькі органи (ООН, ЮНЕСКО, Рада Європи тощо) акцентує увагу на необхідності поєднання національних освітньо-виховних проєктів з культурними, які базуються на використанні культурної спадщини як визначального чинника суспільного розвитку. Важливо зазначити, що проблеми охорони культурної спадщини вирішуватимуться з найкращим результатом у випадку, коли особистість засвоїла відповідні цінності досконало і свідомо, що стало її внутрішнім змістом. Знайомство із культурними цінностями і виховання поваги до культурної спадщини інших народів сприятиме розвитку міжнародного взаєморозуміння і миру.

Провідним завданням сучасної освітньо-виховної діяльності є створення власної ефективної системи повноцінного використання потенціалу національної історико-культурної спадщини, зокрема її вагомій складовій – документальній спадщини. Сучасний освітній простір потребує суттєвих змін, що базуються на передових комунікаційних технологіях як ефективного засобу отримання якісних знань та їх адаптації до потреб суспільства. У цьому контексті важливим є впровадження інформаційних технологій у діяльність навчальних закладів, включаючи розробку електронних навчальних ресурсів, створення електронних бібліотек та інформаційно-сервісних центрів [5]. Такий підхід сприятиме підвищенню якості освіти та підготовці користувачів до викликів сучасного світу.

Актуалізується процес переходу від збереження документальної спадщини до її активного використання. Ми розглядаємо документальну спадщину не лише як джерело інформації, але й як потужний культурний та освітній ресурс. Ініціативи, спрямовані на активне використання документальної спадщини, не лише допомагають зберегти, а й активно її використовувати [3, 191].

У наукових установах, освітніх закладах, установах пам'яті значна увага приділяється створенню електронних бібліотек [2]. Це особливо актуально в умовах воєнних конфліктів, коли документальна спадщина стає надзвичайно вразливою. Документи часто стають об'єктом систематичного знищення або розграбування. Це може бути наслідком випадкових обстрілів, пожеж або намірених дій, спрямованих на збереження або видалення історичних доказів. Її втрата може мати серйозні наслідки для збереження історичної пам'яті та можливості проведення подальших наукових досліджень. У цьому контексті електронні бібліотеки є важливим кроком у збереженні документального надбання та забезпечення доступу до цінних документів. Забезпечення віддаленого доступу користувачів до електронних інформаційних ресурсів (далі – ЕІР) стає одним із вагомих завдань у сфері надання інформаційних послуг у сфері науки, освіти і культури [1].

Національний заповідник «Києво-Печерська лавра» ініціював проєкт створення електронної бібліотеки «Документальна пам'ять Києво-

Печерської лаври», спрямований на збереження, вивчення, популяризацію, надання доступу до документальної спадщини монастиря. Однею з ключових особливостей електронної бібліотеки є створення різноманітних цифрових колекцій, організованих за тематичним принципом. Хоча тематичне упорядкування матеріалів є складним завданням, однак саме цей підхід найбільше відповідає потребам користувачів, які прагнуть мати доступ до усього масиву документів з відповідної тематики незалежно від їх форми та формату. Це підтверджується аналізом використання електронних ресурсів на бібліотечних порталах.

Так, у колекцію «Видавнича діяльність» Києво-Печерської лаври планується включити різноманітні об'єкти, такі як рукописні джерела, стародруки, картографічний матеріал, книги, фотографії, листівки та інші. Проте таке різноманіття цифрових об'єктів ускладнює їх опис та подання. Архівні та рукописні документи вимагають іншого підходу до опису, порівняно з бібліографічним описом книг.

З метою повного представлення інформації у метаданих цифрових копій буде включено позначення типу документа: книга, рукопис, ноти, образотворчий матеріал, карта та інші. Використання позначень «архівний документ» або «рукопис» дозволить врахувати особливості відображення цієї інформації для різних типів документів.

Метадані включатимуть відповідний набір полів, який відповідає найновішим стандартам міжнародних проєктів для опису цифрових ресурсів, зокрема The European Library та World Digital Library. Цей набір полів може бути експортований у форматі Dublin Core, що дозволить інтегрувати цифрові колекції електронної бібліотеки «Документальна пам'ять Києво-Печерської лаври» у міжнародні електронні бібліотеки.

У листопаді 2011 року Україна приєдналася до реалізації проєкту World Digital Library (WDL). Початок формування фонду цієї бібліотеки відбувся у 2009 році за участю провідних книгозбірень та інформаційних центрів світу за підтримки ЮНЕСКО. Приєднання Національного заповідника «Києво-Печерська лавра» до цього проєкту стане можливим після створення електронної бібліотеки «Документальна пам'ять Києво-Печерської лаври», який передбачає створення інтегрованих EIP.

Цифрові колекції стали важливим компонентом для зручної навігації користувачів, а логічне об'єднання різних колекцій сприяє формуванню семантичної структури цифрового середовища, що полегшує швидкий доступ до інформації.

Сьогодні реалізація проєкту «Документальна пам'ять Києво-Печерської лаври» знаходиться на етапі аналізу та відбору документів для формування цифрових колекцій, які у майбутньому можуть використовуватися у різних культурних, освітніх, наукових програмах і проєктах [6]. Також вони можуть бути включені до Національної електронної бібліотеки України, яка сьогодні перебуває на етапі розроблення концепції, а також до міжнародних проєктів та програм за умо-

ви дотримання міжнародних стандартів та форматів.

Проект «Документальна пам'ять Києво-Печерської лаври» відкриє нові можливості для збереження та використання потенціалу у освітньо-виховній діяльності. Цифрові колекції можуть бути використані для створення інтерактивних уроків та навчальних матеріалів, що стимулюватиме прагнення до вивчення історії та культури.

Мультимедійність цифрових колекцій (з використанням різних форматів - тексту, зображення, аудіо, відео тощо) допоможе збагатити навчальний процес. ЕІР відкриють нові можливості для наукових досліджень, розробки проєктів та реалізації ідей, що сприятиме розвитку критичного мислення та дослідницьких навичок учнівської та студентської молоді. Цифрові колекції будуть вагомим підґрунтям для створення інтерактивних експозицій, віртуальних турів та інших форм музейних послуг, що зробить відвідування музею більш цікавим та пізнавальним.

#### **Список використаних джерел**

1. Вощенко О. І. Е-колекції в е-бібліотеці «Україніка» НБУ імені В. Вернадського: збереження та популяризація національної культурної спадщини. Бібліотека у сучасному інформаційному просторі : тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 17 листопада 2022 р. Одеса, 2023. С. 20-24.
2. Добровольська В. В. Електронна бібліотека «Україніка» – унікальний інтегрований ресурс цифрової документальної спадщини. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2020. № 1. С. 79–87. URL: <http://journals.urau.edu.ua/bdi/article/view/205424>. (дата звернення: 30. 04.2024)
3. Осієвська Ю.С. Інтеграція культурної спадщини в сучасний соціокультурний простір Кіровоградщини: дис. ... доктор філософії: 034. Київ, 2023. 228 с. с. 191
4. Химинець В. В. Історико-культурна спадщина як чинник стимулювання економічного розвитку регіону. Регіональна економіка. 2020. №3 (97). С. 57–64.
5. Шевченко О. В. Спрясін В.Г. Електронні документи в складі цифрової спадщини сучасного суспільства. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2022. № 3. С. 49–55.
6. Шкурко О. П. Шляхи поліпшення якості обслуговування користувачів наукових бібліотек ЗВО України. Scientific achievements of modern society : Abstracts of the 7th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2020. Pp. 1032-1036. URL: <http://sci-conf.com.ua> (дата звернення: 16.04.2024).

***Шереметьєва Вікторія Вікторівна**  
старший викладач кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ  
[v.sheremetieva@dakkkim.edu.ua](mailto:v.sheremetieva@dakkkim.edu.ua)  
[orcid.org/0009-0003-9799-9956](https://orcid.org/0009-0003-9799-9956)*

### **Формування професійних компетентностей здобувачів вищої освіти під час проходження виробничої (педагогічної) практики**

У сучасних умовах, коли культурне та соціальне середовище в Україні зазнає трансформації, підготовка фахівців-магістрів потребує врахування тих змін, що відбуваються щоденно у сфері новітніх інфо-

рмаційних технологій, діловодства, управлінських процесів, педагогіки вищої школи. На ринку потрібен працівник, який не тільки вільно володіє теоретичним матеріалом, але й має навички самостійно якісно розв'язувати складні задачі при проведенні досліджень, володіє методиками інноваційних педагогічних технологій. Реалізація цих завдань вимагає впровадження нових підходів до практичної підготовки.

Важливою та невід'ємною складовою процесу підготовки магістрів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» у Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв (далі – НАКККіМ) є виробнича (педагогічна) практика, яку проходять здобувачі в 1 семестрі. Саме цей вид практики надає можливість студентам ознайомитись з сучасними методами фахової підготовки інформаційних фахівців, особливо це важливо для тих здобувачів вищої освіти, які в майбутньому планують продовжити навчання на третьому освітньо-науковому рівні.

Проведення педагогічної практики для магістрів має на меті поглибити і закріпити теоретичні знання, одержані в процесі навчання у галузі педагогіки вищої школи, сформувані практичні вміння і навички роботи викладача навчального закладу вищої освіти, забезпечити якісну фахову підготовку.

В Україні розроблено державний стандарт вищої освіти, який встановлює вимоги до змісту, обсягу та рівня підготовки магістрів за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» (наказ № 728 від 24.05.2019) [4]. У стандарті визначено перелік загальних і спеціальних (фахових, предметних) компетентностей випускників. Відповідно до державного стандарту виробнича (педагогічна) практика магістрів у НАКККіМ забезпечує формування наступних загальних та спеціальних компетентностей:

креативність. Здатність генерувати ідеї, які відповідають вимогам новизни, оригінальності та практичної доцільності;

– уміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми. Здатність формулювати задачу, використовувати для її вирішення потрібну інформацію та методологію для досягнення обґрунтованого висновку;

– здатність мотивувати людей та рухатись до спільної мети;

– здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

– здатність застосовувати технології та процедури аналітико-синтетичного опрацювання різних видів інформації

– здатність відстежувати тенденції розвитку предметної сфери шляхом бібліо- та вебметричного аналізу інформаційних потоків та масивів;

– здатність керувати колективом та приймати ефективні управлінські рішення;

– володіння науково-методичними засадами навчання та інноваційними підходами до фахової підготовки інформаційних фахівців.

Планування власної науково-педагогічної діяльності.

Виробнича (педагогічна) практика здобувачів-магістрів регламентується «Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти НАКККіМ» □□□, що розроблене на основі «Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» [3]. Відповідно до цих документів вона охоплює поетапність ознайомлення з навчально-методичною роботою випускової кафедри, передбачає послідовне одержання практичних вмінь, уможливило реалізацію накопичених знань у процесі навчання. Здобувачі-магістри проходять практику на базі кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ, яка є випусковою для спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Керівник від кафедри здійснює постійний контроль за роботою практикантів, консультує щодо найбільш ефективних методик, залучає до виконання конкретних завдань, та науково-дослідної роботи.

Програма виробничої (педагогічної) практики [1] включає в себе виконання наступних завдань:

- вивчення та аналіз основних нормативних та організаційно-правових документів, що регламентують роботу закладу вищої освіти та кафедри;

- ознайомлення з документами, що забезпечують організацію навчального процесу в закладі вищої освіти (освітніми програмами, навчальними планами, графіком навчального процесу, розкладами занять, тощо);

- ознайомлення з методикою підготовки лекційного, практичного і семінарського заняття, складання план-конспекту;

- відвідування аудиторних занять провідних викладачів кафедри, вивчення та узагальнення їх педагогічного досвіду;

- проведення лекційного, практичного і семінарського заняття;

- ознайомлення з провідними навчально-методичними та науковими розробками професорсько-викладацького складу кафедри.

Безумовно, велику роль у формуванні майбутнього магістра-викладача відіграє спілкування з представниками професорсько-викладацького складу, які мають великий досвід викладання. Під їх керівництвом під час підготовки і проведення навчальних занять набувається досвід творчої педагогічної діяльності, генеруються нові ідеї, окреслюються критерії щодо забезпечення результативності і успішності проведення навчально-виховного процесу, формуються організаційні навички. Водночас студенти-практиканти усвідомлюють доцільність систематичного опрацювання нової наукової методичної та управлінської інформації, оскільки сучасні трансформаційні процеси у сфері інформаційної діяльності, новітніх технологій, педагогіки вищої школи вимагають наукового інноваційного пошуку при підготовці інформаційних навчальних матеріалів.

Таким чином, виробнича (педагогічна) практика здобувачів-магістрів інформаційної, бібліотечної та архівної справи у НАКККіМ допомагає краще підготуватись до виконання майбутніх професійних обов'язків, сприяє набуттю практичного досвіду з основ викладацької роботи та апробації здобувачів як викладачів закладу вищої освіти. Вона спонукає здобувача до продовження навчання на наступному освітньо-науковому рівні та майбутніх педагогічних пошуків.

#### **Список використаних джерел**

1. Виробнича практика (педагогічна) : Робоча програма практики. Київ, 2023 URL: [https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in\\_prakt\\_kulturolohii/K\\_artmenedzhment/PrP/Vyrobn\\_prak\\_ped.pdf](https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_artmenedzhment/PrP/Vyrobn_prak_ped.pdf) (дата звернення: квітень 2024).
2. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ, 2022 URL: [https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Polozhennia\\_pro\\_provedennia\\_praktyky\\_zdobuvachiv\\_nakkkim\\_1.pdf](https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Polozhennia_pro_provedennia_praktyky_zdobuvachiv_nakkkim_1.pdf) (дата звернення: квітень 2024).
3. Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України : Наказ Міністерства освіти України від 08.04.1993 № 93 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93#Text> (дата звернення: квітень 2024).
4. Про затвердження Стандарту вищої освіти за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» для другого (магістерського) рівня вищої освіти : Наказ Міністерства освіти України від 24.05.2019 № 728 URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/05/28/029-informatsiy-na-bibliotечna-ta-arkhivna-sprava-magistr.pdf> (дата звернення: квітень 2024).

#### ***Бінківська Крістіна Русланівна***

*бібліотекар I категорії відділу науково-методичної роботи  
Інституту бібліотекознавства  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського,  
ORCID <https://0009-0006-3444-2570>  
e-mail: [krbinkivska.fshn22@kubg.edu.ua](mailto:krbinkivska.fshn22@kubg.edu.ua)*

#### ***Заріфі Зарміна Наджибовна***

*бібліотекар I категорії відділу науково-методичної роботи  
Інституту бібліотекознавства,  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського,  
ORCID <https://0009-0000-8616-1478>  
e-mail: [zarminaz91@gmail.com](mailto:zarminaz91@gmail.com)*

### **Інтеграція соціальних медіа у бібліотечні комунікації**

Сучасна інформаційна епоха характеризується швидкими й глибокими змінами у способах взаємодії та доступу до інформації. У такому контексті бібліотеки як провідні інформаційні установи повинні адаптуватися до нових реалій та використовувати доступні інструменти для ефективної взаємодії з аудиторією. Соціальні медіа, такі як Facebook, Twitter, Instagram та інші, стають не лише майданчиками для особистого спілкування, але й потужними інструментами для комуні-

кації та залучення аудиторії до бібліотек. Месенджер Telegram постійно трансформується, поступово перетворюючись у новий різновид соціальної мережі.

Інтеграція соціальних медіа дає змогу бібліотекам створювати й поширювати цікавий та корисний контент, який привертає увагу користувачів. Наприклад, публікація фотографій книг та інших матеріалів, відеооглядів, корисних порад, новин про роботу бібліотеки тощо. Також важливо взаємодіяти з аудиторією через коментарі, опитування, відповіді на запитання, звернення через приватні повідомлення. Це створює атмосферу відкритості й діалогу між бібліотекою та користувачами, що сприяє збільшенню їхньої активності, зацікавленості у використанні бібліотечних послуг.

Інтеграція соціальних медіа також сприяє розвитку співробітництва з користувачами. Бібліотеки можуть створювати спільноти користувачів у соціальних мережах, де вони можуть обмінюватися досвідом, рекомендаціями, ставити запитання. Це дає змогу створювати активну та взаємодопоміжну спільноту, яка не лише сприяє збільшенню зацікавленості у послугах бібліотеки, але й розвитку культури читання та освіти взагалі.

Важливим аспектом інтеграції соціальних медіа в бібліотечний процес є використання аналітики для оцінювання ефективності стратегій та постійного вдосконалення комунікаційних підходів. Аналіз реакції аудиторії на різноманітний контент дає змогу бібліотекам адаптувати свою стратегію комунікації, створювати більш привабливий та корисний контент для користувачів.

Прикладом взаємодії бібліотеки і користувачів є телеграм-канал «Вернадка. Інститут бібліотекознавства». Метою цього ресурсу є сприяння взаємодії між Інститутом бібліотекознавства Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського і громадськістю, залучення фахівців галузі, студентів, викладачів, широкої аудиторії до обговорення актуальних питань бібліотечної науки й практики. На телеграм-каналі представлено низку рубрик для структурування контенту й охоплення різних аспектів діяльності установи. Зокрема, рубрика «Бібліотечний семінар» інформує про проведення наукових і практичних семінарів з актуальних питань бібліотечної справи. Рубрика «Бібліотечна подія» висвітлює заходи, конференції, круглі столи тощо, організовані Інститутом бібліотекознавства. Також здійснюється інформування про результати досліджень, наукові публікації, досягнення студентів і викладачів, інші важливі новини у бібліотечній галузі. Цікавою є рубрика «Бібліотечна класика», в якій представлено уривки з класичних праць з бібліотекознавства, бібліографознавства, документознавства, що сприяє популяризації наукової спадщини. Рубрика «Бібліотеки світу» знайомить аудиторію з роботою провідних вітчизняних і зарубіжних бібліотек, новітніми тенденціями й інноваціями у



їхній діяльності. У рубриці «Нові надходження» надається інформація про поповнення документних фондів НБУВ та, зокрема, Інституту бібліотекознавств. Нарешті, рубрика «П'ятничні забави» пропонує розважальний контент для відпочинку після робочого тижня.

Телеграм-канал Інституту бібліотекознавства НБУВ є важливим інструментом для забезпечення прозорості, відкритості діяльності Інституту, сприяє популяризації наукових досягнень, створенню сприятливого середовища для обміну ідеями, дослідницькою активністю у галузі бібліотечної науки. Цей ресурс є прикладом успішної інтеграції соціальних медіа в діяльність бібліотечної установи для налагодження комунікації з цільовою аудиторією, популяризації бібліотечної справи, формування позитивного іміджу бібліотеки як сучасного інформаційного центру. Така диверсифікація контенту демонструє прагнення НБУВ охопити широку аудиторію та задовольнити різноманітні інформаційні потреби користувачів. Використання сучасних інструментів соціальних медіа свідчить про прогресивність установи та її відкритість до інновацій в інформаційному обслуговуванні.

Отже, інтеграція соціальних медіа в бібліотечний процес не лише покращує комунікацію з аудиторією, але й сприяє розвитку взаємодії та співробітництва з користувачами для досягнення спільних цілей у галузі освіти, науки, культури.

#### **Список використаних джерел**

1. Струнгар В. В. Бібліотека в інтерактивному медіасередовищі: стан та перспективи : монографія / НАН України, Нац. бібліотека України ім. В. І. Вернадського, ред. Ю. М. Половичак. Київ : 2021. 252 с.

***Шиленко Юлія Анатоліївна***

*головний зберігач фондів Національного музею Тараса Шевченка.  
julyshilenko@gmail.com*

***Баркова Ольга Валентинівна***

*к. т. н., радник-консультант з цифровізації культурної спадщини  
ГО ГРАДЕСВІТ  
ikt.scbali@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4412-1835*

## **Історичний архів облікової документації аціонального музею Тараса Шевченка цифровому ресурсі**

Музейна комунікація є визначальним складником діяльності музею як культурно-освітнього та науково-дослідного закладу. Її можна назвати методологічною основою сучасної діяльності музейних установ. В Законі України «Про музеї та музейну справу» зазначено, що музеї як культурно-освітні та науково-дослідні заклади призначені не тільки для вивчення, збереження та використання пам'яток матеріаль-

ної та духовної культури, але й для залучення громадян до надбань національної і світової культурної спадщини. З розвитком інформаційних технологій змінився характер відносин між музеями та їхніми відвідувачами. В роботі музейних установ сформувалася нова концепція освітньої діяльності музею як комунікативної системи – створення умов для заохочення та активізації відвідувачів, зокрема для вдосконалення їхніх контактів із музейними предметами як джерелами знань, емоцій, естетичних відчуттів, і створення ефекту занурення в культурне середовище. Для цього музеї використовують доступні для них цифрові технології, інструменти, рішення.

Національний музей Тараса Шевченка з 2021 р. розпочав роботу над веб представленням своїх фондкових колекцій та тематичних зібрань. Сьогодні ми маємо онлайнвий ресурс «Цифрові колекції Національного музею Тараса Шевченка», який створено за допомогою вітчизняного програмного продукту «Інформаційна система керування цифровими колекціями DC-Visu» (IC DC-Visu). За 3 роки було створено більше 40 колекцій та внесено більше 2700 записів про музейні предмети, експонати поточних виставок та тематичні пов'язані ресурси, напрацьовано низку технологічних, інформаційних і візуальних рішень.

Після 24 лютого 2022 р. і до сьогодні, цифровий ресурс з інформацією про музейну колекцію, яка наразі не виставляється в діючій експозиції, виконує роль онлайнного засобу візуалізації музейних предметів, інформаційного джерела про фонди, а також про поточну виставкову та наукову діяльність музею.

Фондова колекція Національного музею Тараса Шевченка сьогодні нараховує 97 743 одиниць зберігання, з яких основного фонду – 42199 предметів, науково-допоміжного 55 544 предмети. Основа колекції – збірка шевченківських раритетів: живописні та акварельні твори, олівцеві малюнки, офорти, меморіальні речі, архівні документи, пов'язані із життям та творчістю Тараса Шевченка, оригінальні фотографії, першодруки прижиттєвих видань, твори художників, сучасників Тараса Шевченка та інші, що збиралася впродовж 175 років багатьма поколінням українських колекціонерів, меценатів, науковців, музейників. Шевченківські раритети були зосереджені в приватних колекціях, музейних фондах, архівних установах.

Наразі в Національному музеї Тараса Шевченка зберігається унікальний масив усієї унікальної облікової документації приватних та державних установ, які збирали цю Шевченкіану. Ці документи – джерело безцінної інформації про те, як формувалася шевченківська колекція. Це зшитки, в яких зібрані різноманітні документи, заяви, листи, нотатки, акти згруповані за роками, а також інвентарні книги, музейні каталоги, картотеки та архів фотонегативів.

Історико-культурна цінність цього історичного архіву облікової

документації полягає у тому, що він містить інформацію про історичний процес збирання і зосередження Шевченкіани в єдиному сховищі, а в цілому ця документація збагачує та урізноманітнює розуміння контексту формування колекції НМТШ як скарбниці національної культури.

Облікові документи були складені та впорядковані в 1928-1949 рр. співробітниками Інституту Тараса Шевченка Наркомосу УРСР (ІТШ, з 1936 р. – Інститут літератури НАНУ), а також не існуючих нині установ – Галереї картин Т. Г. Шевченка в Харкові (ГКШ), оргкомітету Ювілейної виставки до 125-річчя поета в Києві (ЮШ), Центрального державного музею Т. Г. Шевченка в Києві (ЦМШ). Від цих установ Державний літературно-художній музей Т. Г. Шевченка в Києві (ДМШ, з 2001 р. – Національний музей Тараса Шевченка, НМТШ) успадкував основу сучасної колекції – оригінали малярських творів, прижиттєві видання, меморії Т. Шевченка, що, в свою чергу, надійшли туди з націоналізованих приватних збірок та окремих державних установ СРСР.

Тексти документів складено українською та російською мовами відповідно до умов радянського часу походження документів.

Архівні документи містять: джерела надходження артефактів, дані про попередніх приватних (прізвища, адреси) та державних власників (назви, підпорядкованість, локації), посилання на документальні підстави для переміщень музейних предметів між установами. Серед документів: акти прийому на зберігання та тимчасове експонування рукописних, образотворчих, документальних матеріалів про життя й творчість класиків української літератури, супровідні записки попередніх власників до переданих матеріалів, подяки від установ за них, акти оцінки та придбання музейних предметів, списки творів, закуплених у централізованому порядку для ЮШ (Ювілейної Шевченківської виставки), евакуаційні списки 1941-1944 рр., акти вступу експонатів після повернення з евакуації тощо. В документах згадуються прізвища українських науковців, у т. ч. репресованих, задіяних у пошуковій та дослідницькій роботі в період назрівання більшовицького погрому наукових установ: Дмитро Багалій (перший директор ІТШ), Сергій Пилипенко (заступник, із 1932 р. – директор інституту), вчений секретар ІТШ Ієремія Айзеншток, завідувач рукописного відділу ІТШ Агапій Шамрай, завідувач меморіального відділу ГКШ Микола Мацапура (майбутній директор ДМШ), директор ГКШ Сергій Раєвський, перший головний зберігач ДМШ Глафіра Паламарчук та ін. Серед тих, у кого було придбано речі, згадано прізвища нащадків родини Лазаревських, Н. Смоляк (Ускової), Д. Ткаченка та ін., дарувальників музейних предметів до музею ІТШ (зокрема, О. Сластін, Д. Яворницький). Науковими консультантами установ були професор М. Бурачек (ГКШ), О. Шовкуненко (ЦМШ), проф. В. Кричевський, В. Касія

(ЮШ). Відображено географію перших надходжень до ІТШ: Чернігів, Ворошиловград, Лебедин, Миргород, Полтава, Решетилівка, лєнінградські й московські установи культури тодішнього Радянського Союзу.

Такий значний фактографічний і документальний контент документів архіву безумовно стане джерелом багатьох історичних розвідок та наукових досліджень, тому потребує забезпечення доступності для широкого кола користувачів.

Архівні документи зібрані у зшивки відповідно до організацій-зберігачів предметів колекції у хронологічному порядку. Документи зроблені на паперових носіях, написані від руки або надруковані на друкарській машинці. За відсутності якісного письмового паперу частково використовувався обгортковий папір, зворотний бік афіш, шпалер тощо, нарізаних за розміром стандартних аркушів. Є також документи нестандартних розмірів, менших та більших за стандартний формат. Більшість листів від часу псуються – чорнила вицвітають, згасають друковані тексти, папір руйнується. Отже, фізичний стан історичного архіву облікової документації потребує заходів щодо його збереження та наукового опрацювання.

У той же час попит на ці документи зростає. Окремі документи продовжують активно використовуватися під час наукової паспортизації музейних предметів, полегшуючи відновлення історії побутування предметів. Музей отримує запити від організацій та науковців на інформацію, що міститься у документах архіву, а також від родичів осіб, згаданих в документах архіву.

Переведення архіву в цифровий формат дозволяє запобігти подальшому зношуванню паперу та забезпечує цифрову доступність документів. Отже перед музеєм повстало завдання зберегти в цифровому вигляді історичну музейну документацію та надати доступ користувачам (як співробітникам музею, так і стороннім відвідувачам) до її цифрових копій інноваційними засобами.

Створення онлайнової цифрової колекції історичного архіву облікової документації музею здійснюється у три етапи, які відбивають як світову історію оцифрування документних архівів, також й сталі практики використання інформаційних технологій для створення електронних каталогів документних зібрань та цифрових колекцій відповідно до існуючих державних нормативів у галузі музейної справи, документування та інформатизацій та світових стандартів щодо інформаційних та цифрових технологій (DublinCore, MARC-21/UNIMARC, CIDOC/CRM, LIDO, RDA).

На першому етапі було здійснено оцифрування усіх документів із зшивок, зображення збережені в файловому архіві. На другому етапі, якій наразі триватиме, здійснюється формування цифрового ресурсу на платформі IC DC-Visu, а саме: складання записів бази даних, зміс-

товне опрацювання зшивок, доцифрування зшивок та формування її цифрових копій в IC DC-Visu, структурування архіву та створення цифрової колекції. Подальший, третій етап робіт передбачає здійснення зв'язку записів історичного архіву з цифровими записами і копіями музейних предметів в IC DC-Visu та оцифрованою наявною обліковою документацією музею, додавання пов'язаних зовнішніх джерел.

Роботи поточного другого етапу містять низьку трудомістких інформаційних процесів: складання первинних експрес-описів зшивок та книг, їх подальше змістовне та наукове опрацювання, збагачення метаданими та покажчиками щодо причетних організацій, персон та географічних локацій, ретельне перевірення складу зшивок, здійснення їх фотофіксацію, складання змістів, доцифрування оригіналів та доукомплектування цифрових копій, структурування архіву та створення загального хронологічного і предметного змісту цифрової колекції та покажчиків до нього. Також складається текстовий опис архіву та формуються метадані на цифрову колекцію як веб-ресурс.

У ході контекстного опрацювання зшивок у системі DC-Visu автоматично формується низька словників з авторитетними відомостями про пов'язані організації, особи/персони, географічні назви, які стають засобами пошуково-довідкового апарату і навігації. Докладні змісти зшивок та зміст-структура колекції забезпечують зручну навігацію у великому документному масиві. Під час складання метаданих щодо подій, пов'язаних з походженням цієї історичної документації, формується певний цифровий літопис формування Шевченкіани.

Наразі більша частина документів цього історичного архіву оцифрована та доступна для роботи та ознайомлення в «Цифрових колекціях Національного музею Тараса Шевченка»<sup>1</sup> у колекції «Цифровий архів історичної облікової документації установ, що збирали Шевченкіану (1896-1949 pp.)»<sup>2</sup>.

Оцифрування історичної облікової документації музейної колекції, її систематизація, впорядкування та опис здійснюються вперше за 75 років існування Національного музею Тараса Шевченка. Створення цифрової колекції відкриває широкі можливості доступу до унікальних документальних джерел дослідникам, науковцям, всім, хто цікавиться українською історією та культурою, а музей отримує потужний цифровий ресурс і напрацьовану методичну і технологічну базу для подальшої цифровізації науково-фондової, експозиційної, виставкової та проектної діяльності.

Ролі авторів: *Шиленко Ю. А.* – історико-культурно дослідження, методологія музейного наукового опрацювання, організація заходів з цифровізації; *Баркова О. В.* – програмно-технологічні рішення та методологія цифровізації, системна організація цифрового ресурсу.

<sup>1</sup> <https://collection.museumshevchenko.org.ua>

<sup>2</sup> <https://collection.museumshevchenko.org.ua/documents/view/17>

*Берестов Олександр Олександрович*

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Хіміч Ярослава Олегівна,  
кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Використання BIG DATA у публічних бібліотеках**

На сьогодні дані є наймовірно важливими. Big Data – це не просто про прості дані, що розширюють можливості обробки традиційної бази даних система, а дані настільки об’ємні й швидкозмінні, що не вписуються в архітектуру бази даних.

Big Data – це величезна кількість цифрових даних або інформації, зібраної урядом, приватними компаніями, соціальними веб-сайтами та всіма фірмами навколо нас. Люди використовують широкий спектр Big Data щодня, часто навіть не підозрюючи. Facebook, Google, LinkedIn і Tweeter це лише деякі програми, які використовують велику кількість дані даних, щоб дати нам зрозуміти та розважити нас. Великі дані зазвичай надходять із різних джерел, таких як датчики, пристрої, відео/аудіо, мережа, файли журналів, транзакції, додатки, Інтернет і соціальні мережі, розмір або тип яких поза межами здатності традиційних реляційних баз даних отримувати, керувати та обробляти дані. Великі дані під час аналізу дозволяють користувачам приймати кращі та швидші рішення [1].

Технології Big Data описують нове покоління технологій і архітектури, призначених для того щоб видобувати цінність із дуже великих обсягів різноманітних даних. Інше визначення, яке описує Big Data, полягає в тому, що вони є межею спроможності компанії зберігати, обробляти та отримувати доступ до всього дані, які необхідні для ефективної роботи, прийняття рішень і обслуговувати клієнтів [2].

Наразі багато інформаційних фахівців розглядають можливість залучення бібліотеки до Big Data. Роль бібліотеки у роботі з даними та інформацією проста: визначити та відібрати цінні ресурси; організувати, описувати та зберігати їх; надати доступ своїм користувачам. Працюючи з Big Data, бібліотекарів просять залучати себе на ранніх етапах інформаційного циклу, тоді як традиційно вони зосереджувалися на роботі з продуктами досліджень, які фільтрувалися через публікації.

Починаючи з 2012 року, посилання на термін «Big Data» стали частіше згадуватися в заголовках газет, фірмових журналів і наукових журналів у багатьох дисциплінах [3]. Big Data це данні що є цінними для більшості предметних галузей; їх можливості, використання та застосування різноманітні [4] і можуть дати дивовижні ідеї [5]. У нову цифрову еру, під час четвертої промислової революції, Big Data всюди. Big Data разом із штучним інтелектом, Інтернетом та Інтернетом

речей, а також «блокчейном, 3D-друком, економікою спільного використання та біотехнологіями», були одними з основних сфер, які суттєво вплинуть на наше життя після четвертої промислової революції [6].

Big Data, безумовно, є новою сферою академічних досліджень; таким чином, важливо вивчити аспекти, які впливають на бібліотеки, і нові виклики, які це створює. Сфера мереж і цифрових технологій, безсумнівно, динамічна і швидко розвивається, що, в свою чергу, призвело до постійного збільшення обсягів інформації. У контексті Big Data традиційна концепція бібліотечних послуг змінилася, оскільки ефективний розвиток бібліотечного фонду вимагає ефективного аналізу потреб відвідувачів бібліотек. Крім того, із впровадженням технологій великих даних можна отримати нові знання та нові послуги. Крім того, бібліотекарі можуть використовувати аналітику Big Data для оцінки та покращення бібліотечних послуг і надавати більш якісні цільові послуги, що характеризуються самонастроюваною персоналізованою інформаційною системою та інформаційною службою знань для допоміжних прийняття рішень.

Публічні бібліотеки все частіше використовують Big Data для покращення своїх послуг та роботи:

– Бібліотеки можуть аналізувати дані про те, хто відвідує бібліотеку, які книги та інші матеріали вони беруть, і як вони користуються бібліотечними послугами. Ці дані можуть допомогти бібліотекам краще зрозуміти потреби своїх користувачів та пропонувати їм більш релевантні послуги.

– Бібліотека може рекомендувати книги на основі історії читання користувача або надсилати йому сповіщення про нові надходження, які можуть його зацікавити.

Бібліотеки можуть використовувати Big Data для покращення ефективності своїх операцій. Бібліотека може використовувати дані про те, які книги користуються найбільшим попитом, щоб краще розподілити свої ресурси.

– Бібліотеки можуть використовувати Big Data для розширення доступу до своїх послуг. Наприклад, бібліотека може створити цифрову колекцію книг та інших матеріалів, до яких користувачі можуть отримувати доступ з будь-якого місця.

Використання Big Data може принести багато користі публічним бібліотекам. Це може допомогти їм краще зрозуміти своїх користувачів, пропонувати більш релевантні послуги, покращити ефективність та розширити доступ до своїх послуг.

Big Data – це величезна можливість для бібліотек, оскільки вони можуть призвести до створення нових ролей для бібліотекарів та інформаційних спеціалістів. Бібліотекарі завжди були життєво важливою частиною сектору даних та інформації.

Технології Big Data вже відіграють важливу роль у деяких типах бібліотек, таких як академічні та медичні бібліотеки, тоді як деякі інші бібліотеки, такі як публічні та наукові бібліотеки, все ще роблять перші кроки до реалізації стратегії Big Data. Крім того, бібліотекарі, щоб полегшити дослідницький процес, повинні взяти на себе роль у тому, щоб зробити великі набори даних більш корисними, видимими та доступними шляхом систематизації методів пошуку та впровадження нових інструментів візуалізації інформації.

#### Список використаних джерел

1. Bieraugel, M. (2016). Advance Learning Transforming Scholarship. URL: [http://www.ala.org/acrl/publication/keeping\\_up\\_with/big\\_data](http://www.ala.org/acrl/publication/keeping_up_with/big_data).
2. Chandratre, M. S., and Chandratre, S. V. (2016). Big Data Practices in Librarianship. In International Symposium on Knowledge and Communication.
3. Lauren Reinhalter and Rachel Jane Wittman. (2014). The Library: Big Data's Boomtown.» Serials Librarian: From the Printed Page to the Digital Age 67, no. 4
4. Reinhalter and Wittman. (2015). The Library: Big Data's Boomtown.
5. Matthew B. Hoy. (2014). Big Data: An Introduction for Librarians. Medical Reference Services Quarterly 33, no. 3.
6. Mihyun Chung and Jaehyoun Kim. (2016). The Internet Information and Technology Research Directions Based on the Fourth Industrial Revolution.» KSII Transactions on Internet and Information Systems 10.

**Ільницький Віталій Андрійович**

*аспірант Київського національного  
університету культури і мистецтв.*

*Науковий керівник: Бачинська Надія Анатоліївна,  
кандидат педагогічних наук, доцент,*

*завідувачка кафедри інформаційних технологій*

*Київського національного університету культури і мистецтв*

### **Бібліотека як провідник користувача в цифровому інформаційному середовищі**

Загальновідомо, що пріоритетна мета діяльності бібліотеки – максимально повне та оперативне забезпечення потреб сучасного користувача. Сучасна бібліотека насамперед має виступити його провідником і помічником у цифровому інформаційному середовищі.

Цифровізація (Digitalization) – це поняття, яке вказує на використання цифрових технологій та рішень для оптимізації роботи, покращення доступності даних та підвищення ефективності різних проєктів.

В умовах цифровізації бібліотека має пропонувати не електронний каталог сам по собі, не колекцію сама для себе, не усні довідки чи консультації у стінах бібліотеки тощо, а реально необхідні сучасному користувачеві ресурси та сервіси, переважно електронні та такі, що доступні в режимі он-лайн. Причому користувач – це не просто об'єкт бібліотечного впливу, а й часто співавтор бібліотечних сервісів



та інформаційних ресурсів (через відгуки і пропозиції у соціальних мережах, в електронному каталозі, у блозі бібліотеки тощо) [1, с. 20].

При цьому тенденції розвитку інформаційних ресурсів та технологій передбачають не лише акумуляцію бібліотеками ресурсів та забезпечення доступу до них, а й перегляд чинних підходів до їхньої форми та змісту. Стратегічний напрямок розвитку бібліотеки повинен орієнтуватися на постановку і реалізацію нових завдань (обробка даних, консультування, поширення відкритих даних, відкритий доступ, організація сховищ та ін.), автоматизація та інформатизація бібліотечної справи, створення віртуальних бібліотек, а також організація інформаційної освіти тощо.

Дослідження інформаційної поведінки, проведене у Великобританії, свідчить, що сучасна молодь не володіє критичними та аналітичними навичками для оцінки інформації, яку вона знаходить в інтернеті [2]. Утім, більшість користується перевагами пошукових систем (Google, Yahoo! AltaVista та ін.) без урахування ступеня довіри до отриманої із них інформації. І саме бібліотека в змозі вирішити цю проблему, вказавши шлях до потрібного, цінного, а головне – релевантного контенту, створивши комфортну атмосферу співпраці з користувачами. Звичайно, для вирішення цієї проблеми необхідні нові підходи до формування фондів, активізація бібліотек щодо їхньої цифровізації, впровадження сучасних каналів спілкування з користувачами, просування мережевих ресурсів з верифікованим контентом, експертний відбір матеріалів та формування колекцій з найцінніших відкритих інтернет-джерел, надання послуги наскрізного пошуку по фондах (аналогічний пошуковим системам підхід), впровадження інформаційної культури, зокрема інформаційної гігієни та правил роботи з інформацією, організація тренінгів, вебінарів, майстер-класів тощо для різних цільових груп, постійне пояснення переваг роботи з інформаційними ресурсами через інструменти та додаткові сервіси. Тим більше, що завдяки цифровізації доступність бібліотечного сервісу суттєво підвищується, запити можна виконувати вчасно та швидко, збільшилася інформативність та глибина контенту.

Також цифровізація дала змогу бібліотекам звернути увагу та відкрити нові шляхи для охоплення тих користувачів, які зазвичай не відвідували бібліотеки з низки причин. Адже залучення цифрових елементів за умови їх правильного використання, без сумніву, допомагає досягти основних цілей бібліотечного сервісу і у вузькому, і в широкому контексті, зокрема допомагаючи користувачам з особливими потребами за рахунок проведення «цифрових» заходів з інклюзії та освітньої компенсації. Так цифровізація бібліотеки перетворює її на важливий елемент колективного охоплення всіх верст населення.

Відтак до основних напрямів діяльності бібліотеки в цифровому середовищі можна віднести: надання доступу до електронних ресурсів

та баз даних, таких як наукові журнали, електронні книги, онлайн-ресурси; допомога у пошуку інформації, яка може бути недоступною у традиційних джерелах; послуги з пошуку та оцінки достовірності та якості інформації, що є важливим у цифровому світі; навчання та консультування щодо ефективного використання цифрових ресурсів, пошуку інформації та критичного оцінювання джерел; підтримка наукових досліджень за рахунок доступу до актуальних джерел інформації, пошуку літератури, обробки даних; доступ до цифрових колекцій (цифрові архіви, рідкісні книги, артефакти та інші матеріали в електронному форматі); навчання основам захисту приватності та цифрової етики; розвиток цифрових навичок роботи з цифровими інструментами та технологіями; забезпечення потреб користувачів з особливими потребами тощо.

### Список використаних джерел

1. Ярошенко Т. Бібліотека, бібліотекарі та користувачі бібліотек в епоху Веб 2.0: виклики часу. Бібліотечна планета. 2011. № 1. С. 17-22. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bp\\_2011\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bp_2011_1_9)
2. Anuradha P. Digital transformation of academic libraries: opportunities and challenges. IP Indian Journal of Library Science and Information Technology. 2018. Vol. 3. No. 1. Pp. 8–10. <http://doi.org/10.18231/2456-9623.2018.0002>

*Сахарова Марія Петрівна*  
аспірантка НАКККіМ  
[merisaharova@gmail.com](mailto:merisaharova@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8161-5853>

Науковий керівник: *Хіміч Ярослава Олегівна*,  
кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Зміст та значення комунікаційної політики в проєктній діяльності бібліотек**

Комунікаційна політика є невід’ємною складовою успішної діяльності будь-якої організації, включаючи бібліотеки. У проєктній діяльності бібліотек вона набуває особливого значення, оскільки дозволяє ефективно досягати поставлених цілей.

Розглядаючи зміст та значення комунікаційної політики в контексті бібліотечної проєктної роботи, варто розуміти, що вона відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної взаємодії з різними зацікавленими сторонами, сприяє підвищенню ефективності реалізації проєктів, формуванню позитивного іміджу бібліотеки та розвитку бібліотеки шляхом створення інформаційно-комунікаційного простору для обміну знаннями, ідеями та досвідом.

Зміст комунікаційної політики в проєктній діяльності бібліотек полягає у визначенні стратегій і методів взаємодії зі стейкхолдерами

та аудиторією проєкту. Ця політика включає в себе планування та реалізацію комунікаційних заходів для досягнення поставлених цілей проєкту, встановлення механізмів зворотного зв'язку з користувачами та партнерами, а також вирішення можливих конфліктів чи непорозумінь через ефективну комунікацію.

Тобто, зміст комунікаційної політики можна виділити у такі складові:

1. Структура комунікаційної політики. Комунікаційна політика бібліотеки містить в собі стратегії, методи та інструменти зв'язку з різними зацікавленими сторонами, такими як користувачі, партнери, громадські організації та інші бібліотеки.

2. Цілі комунікаційної політики. Основними цілями комунікаційної політики є підвищення обізнаності громадськості про послуги та ресурси бібліотеки, залучення нових користувачів, сприяння партнерству з іншими установами та забезпечення взаємодії з аудиторією.

3. Комунікаційні канали. Важливим аспектом комунікаційної політики є вибір оптимальних каналів зв'язку, таких як веб-сайт, соціальні медіа, електронна пошта, преса та інші медіа-ресурси, які найбільш підходять для спілкування з різними групами аудиторій, розробка інформаційних матеріалів про проєкт для різних категорій зацікавлених осіб.

Комунікаційна діяльність при управлінні проєктами має своє значення на кожному етапі реалізації, а саме:

1. Внутрішня комунікація. Ретельне планування та комунікація всередині бібліотеки є важливим для успішності проєктів. Забезпечення ефективного внутрішнього взаєморозуміння та ясності процесів дозволить співробітникам були в курсі своїх обов'язків, цілей та стратегій проєкту.

2. Залучення громадськості. Спілкування з громадськістю про заплановані та поточні проєкти в бібліотеці, використання різних каналів комунікації для кожної окремої цільової аудиторії дасть змогу розповісти про свої ініціативи та залучити більше людей для реалізації поточного чи майбутніх проєктів.

3. Промоція проєктів через заходи та події. Організація заходів та подій, щоб презентувати свої проєкти громадськості: це можуть бути лекції, виставки, майстер-класи та інші події, які привернуть увагу та зацікавленість аудиторії.

4. Взаємодія з партнерами. Комунікація з партнерами, такими як місцеві організації, школи, вищі навчальні заклади та бізнеси, може сприяти розвитку та успішному впровадженню проєктів. Ефективна взаємодія з партнерами дозволить розглянути можливості спільного фінансування, ресурсів та експертизи.

5. Оцінка та звітність. Ретельна оцінка результати своїх проєктів та комунікаційних стратегій. Підготовка звітів та аналіз отриманих

даних допоможе виправити помилки та підвищити ефективність у майбутньому.

Тож, підсумовуючи вищенаведені тези можна виділити значення комунікаційної політики в проєктній діяльності бібліотек:

1. Привернення уваги до проєкту. Ефективна комунікаційна політика допомагає привернути увагу цільової аудиторії до проєктів бібліотеки, що сприяє їхній успішній реалізації.

2. Залучення партнерів. Через правильно побудовану комунікаційну політику бібліотека може залучити до співпраці партнерів з різних галузей, що розширює можливості реалізації проєктів.

3. Створення позитивного іміджу. Активна комунікація сприяє формуванню позитивного іміджу бібліотеки як сучасної, відкритої та інноваційної установи, що підтримує розвиток спільноти.

4. Ефективний зворотній зв'язок. Через взаємодію з аудиторією за допомогою комунікаційних каналів, бібліотека отримує зворотній зв'язок, що дозволяє адаптувати свою діяльність до потреб користувачів.

Загалом, комунікаційна політика в проєктній діяльності бібліотек є ключовим інструментом для досягнення успішних результатів, забезпечення взаємодії з аудиторією та створення позитивного іміджу установи.

При організації управління комунікаційною політикою бібліотеки під час реалізації проєктної діяльності потрібно розглядати її структуру та цілі, визначати цільову аудиторію та розробляти адекватні стратегії взаємодії з нею, використовуючи різноманітні комунікаційні канали та інструменти, а також забезпечувати системний моніторинг та аналіз ефективності комунікаційних заходів для постійного вдосконалення комунікаційної стратегії та досягнення максимальних результатів у реалізації проєктів бібліотеки.

*Святогор Євген Анатолійович*

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Копієвська Ольга Рафаїлівна,  
доктор культурології, професор, професор кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Правова інформованість як фахова компетентність працівника бібліотеки**

Правова інформованість є однією з важливих компонент для суспільної життєздатності людини, адже знання своїх права та свобод є невід'ємною складовою людського буття, правосвідомості та правової культури. Правова інформованість є визначальною практикою інформаційної функції права.

Питання правової інформованості є актуальною теоретико-практичною проблемою для українського сьогодення. Саме сукупність правових знань про діючі норми, права, способи їх реалізації в конкретних відносинах та ситуаціях є важливими як для забезпечення особистого, так і професійного життя людини. Виняткового значення права інформованість набуває під час російсько-української війни, коли в українській реальності відбуваються швидкі трансформації в усіх сферах людського буття.

Поняття «правова інформованість» як теоретична категорія не є активно досліджуваним об'єктом серед українських науковців. Переважна більшість представників юридичної науки звертаються до таких понять як: «інформаційна функція права», «правова інформація», «правова свідомість», «правова компетентність» тощо. Через призму професійної компетентності працівників культури, бібліотечної справи зокрема, правова інформованість українськими науковцями не розглядалась.

Аналізуючи дослідження українських вчених, які присвячені проблематики правової інформованості слід наголосити на їх одностайності, щодо його виняткового значення у функціонуванні правової системи.

Українська дослідниця Я. Дупай поняття «правова інформованість» визначає як «процес створення оптимальних умов для максимально повного задоволення в інформаційно-правових проблемах різних суб'єктів на основі використання інформаційних ресурсів із застосуванням прогресивних технологій» [2, с. 54]. Дослідниця осмислюючи правову інформованість суспільства, акцентує увагу на важливості забезпечення останньої, так як вона є вирішальною у правовій рівності людей. Наголошує Я.Дупай і на пріоритетності пізнання як значимої і характерної сутності права, де важливими є такі принципи правового пізнання, як: відкритість, доступність, офіційність, оперативність [2, с. 54–55].

Вчена І.Антошина розглядаючи специфіку інформаційної функції права як основи правової інформованості в Україні розкриває історичні витоки щодо розуміння правової інформованості. І.Антошина зазначає, що існування правових звичаїв і впливів Стародавнього світу, скоріше стримували правову інформованість людей задля впливу на людей. Як слушно наголошує вчена, що правова система та правова інформованість в її сучасному розумінні є дві взаємозалежні категорії, остання є тим каналом, яка дозволяє формувати правову свідомість і правову культуру особи [1]. Слушною є теза вченої про те що «підвищення рівня правової інформованості на має безпосереднє відношення до вирішення таких питань сучасності, як побудова правової держави, побудова інформаційного суспільства, виховання гідного громадянина своєї країни, який поважає закони та дотримується їх, поважає інтереси інших громадян» [1, с. 137].

Сьогодні актуалізує питання щодо правової предметної компетентності в різних професійних проявах. Вчена Л.Рябовол розкриваючи поняття та структуру правових предметних компетентностей актуалізує упровадження компетентнісного підходу в правову освіту, результатом якого стане спроможність співвідносити професійні дії з чинним законодавством, дотримуватися правових норм, оцінювати життя з позицій права [5, с. 265].

На особливостях правового впливу на суспільні відносини в культурно-мистецькій сфері, ролі і значенні правової інформованості наголошує О.Копієвська. Вчена, акцентує увагу на пріоритетності правового знання в професійній діяльності працівників культури, адже саме права обізнаність дозволяє якісно забезпечити культурні права та свободи споживачів культурних послуг [3].

У дослідженні ми актуалізуємо питання правової інформованості як фахової компетентності працівників бібліотеки. Бібліотека на сьогодні є тим комунікаційним центром, який здатний забезпечити не тільки інформаційну підтримку, а й гуманітарну, волонтерську, консультаційну, реабілітаційну тощо.

Досліджуючи діяльність бібліотек під час російсько-української війни, вчені одностайні у висновках про її особливу місію і роль в цей складний для України час.

Департамент культури і туризму Харківської обласної військової адміністрації, Харківська обласна універсальна наукова бібліотека в методичних порадах присвячених роботі бібліотек в умовах воєнного стану акцентую увагу на активні трансформації професійних компетентностях працівників бібліотеки. Бібліотека сьогодні працює як центр надання безоплатної правової допомоги, налаштовуючи офіційні вебсторінки, онлайн сервіси, готуючи інформаційні матеріали, які допомагають тимчасово переміщеним особам отримати всю необхідну інформаційну, правову допомогу.

Правова інформованість є важливою фаховою компетентністю працівника бібліотеки, так як на них покладається допоміжна місія у фіксуванні воєнних злочинів в межах їх локального прояву, а саме: «загиблих, поранених цивільних, внаслідок застосування ворогом зброї; факти фізичного насилля; пошкодження, знищення культурних споруд; пошкодження будинків та пам'ятників, невійськових об'єктів; ураження медичних та гуманітарних місій» [4, с. 10].

При набутті професійних компетентностей для працівників бібліотек слід наголосити на діяльності Української бібліотечної асоціації, яка пропонує ряд освітніх заходів, які дозволяють підвищити правову інформованість у професійній діяльності. Так, у 2023, 2024 роках для бібліотечної спільноти УБА організували і провели: онлайн семінар «Авторське право у бібліотеці», Всеукраїнську науково-практичну конференцію «Бібліотека. Люди. Війна. Втрати і звершення», V нау-

ково-практичну інтернет-конференцію «Інформаційна політика пам'яті – виживання, збереження та розвиток українських бібліотек у період сьогодення» [6].

Отже, правова інформованість є важливою складовою професійного зростання. Адже володіння правовими знаннями дозволяє здійснювати свою професійну діяльність якісно і відповідально, орієнтуючись на виклики часу та складність українського сьогодення.

#### Список використаних джерел

1. Антошина І. В. Інформаційна функція права як основа правової інформованості в Україні. *Lex portus*. 2017. № 1. С. 134–146. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/LP\\_2017\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/LP_2017_1_14) (дата звернення: 09.03.2024).
2. Дупай Я. М. Правова інформованість суспільства як необхідна умова функціонування правової системи. *Часопис Київського університету права*. 2015. № 4. С. 53–56. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chkup\\_2015\\_4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chkup_2015_4_13) (дата звернення: 09.03.2024).
3. Копієвська О. Р. Правовий вплив на суспільні відносини в культурно-мистецькій сфері. *Держава і право* : зб. наук. праць. Юридичні і політичні науки. Київ : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2007. Вип. 38. С. 14–19.
4. Робота бібліотек в умовах воєнного стану: методичні поради / Департамент культури і туризму Харків. обл. військ. адмін., Харків. обл. універс. наук. б-ка; ред.-уклад. Н. М. Грачова. Харків : ХОУНБ, 2022. 15 с.
5. Рябовол Л. Правова предметна компетентність: поняття, структура, правові предметні компетенції. *Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]*. Серія : Педагогічні науки. 2013. Вип. 121(2). С. 263–268. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz\\_p\\_2013\\_121\(2\)\\_63](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2013_121(2)_63) (дата звернення: 09.03.2024).
6. Українська бібліотечна асоціація. URL : <https://ula.org.ua/search?searchword=%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE&searchphrase=all> (дата звернення: 09.03.2024).

**Філоненко Олександр Євгенійович**  
аспірант НАКККіМ

**Науковий керівник:** Загуменна Віра Вікторівна,  
кандидат педагогічних наук, професор, професор  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

## **Збереження та оцифрування бібліотечних фондів в умовах цифрової трансформації суспільства**

Світові культурні надбання в друкованій та рукописній формі

складають мільйони примірників у бібліотечних фондах України. На 2022 рік кількість бібліотек нашої держави становила близько 40.000 тисяч. До прикладу Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського налічує 15 млн. примірників у своєму фонді. Враховуючи швидкість цифровізації суспільства та глибину проникнення інформаційних технологій в повсякденне життя та діяльність людини, досі постає актуальне питання оцифрування бібліотечних фондів.

Новітні інформаційні цифрові технології стали рушійною силою у створенні сучасних тенденцій розвитку молоді, нових цінностей та розширенню можливостей людини. Культурна спадщина, що зберігалась у друкованому вигляді, має право набути музейного значення в умовах переходу «аналогового» суспільства в «цифрове». Основною метою є збереження цілісності видань у першозданному вигляді, а також захистити історичну ідентичність українського народу шляхом консервації фізичних видань після їх оцифрування.

Потрібно насамперед розробити державні програми для фінансування розробки та створення окремих структурних підрозділів в середині великих бібліотек України. Провести набір молодих, кваліфікованих кадрів, виконати закупівлю дорогавартісного обладнання, що спроможне проводити комплексне, а головне, безпечне для фізичної цілісності антикварних видань, сканування книг, журналів, та рукописів. Адже завданням оцифрування є не лише перенесення фізичних примірників в цифрову одиницю, а й зберегти історичні пам'ятки. Для роботи обладнання обов'язково потрібне програмне забезпечення. Спеціалістам галузі доцільно буде розробити програми робочих процесів та налаштування системи технічних потужностей для автоматизації діяльності відділів з оцифрування.

Завдяки роботі таких відділів ми збільшимо загальну доступність до інформації та до примірників, котрі раніше не були у загальному фізичному доступі через ризики, що впливають на цілісність конкретного примірника книги, журналу чи рукопису. Та в жодному разі це не повинно впливати на створення нових друкованих видань, так як вони будуть культурною спадщиною вже на майбутні покоління.

#### **Список використаних джерел**

1. Єдинак В. С. Розвиток інформаційних технологій в Україні // Наукові доробки молоді – вирішенню проблем європейської інтеграції : зб. наук. статей : в 2 т. Т. 1. Харків : Конти-мент, 2008. С. 289–290.
2. Воротіна Л. І., Пятигін А. С. Рациональні управлінські рішення як ресурс підвищення ефективності операційної діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 10. С. 90–94.
3. Ярмолівич В.М. Оцифрування фондів бібліотеки як один із методів їх збереження / В.М. Ярмолівич // Наукова бібліотека Національного університету «Острозька академія»
4. Лобузин І. В. Цифрові бібліотечні проекти: технологічні рішення та управління життєвим циклом колекцій : монографія / І. В. Лобузин ; ред. В. А. Широков. – Київ: НБУВ, 2016. – 216 с.



**Щербак Юрій Олександрович**

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Конієвська Ольга Рафаїлівна,*

*доктор культурології, професор, професор*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Процес створення центру культурних послуг крізь призму організаційно-розпорядчих документів**

Одним з інструментів забезпечення функціонування закладу, підприємства та організації є організаційно-розпорядча документація, яка здійснює та регулює всі управлінські процеси.

Організаційно-розпорядча документація є важливою регулюючою компонентою при створенні центрів культурних послуг, а тому дуже важливо знати і враховувати дотримання всіх процедурних процесів та керуватися нормативними актами та стандартами.

Чинне законодавство України визначає організаційно-розпорядчу документацію як «уніфіковану підсистему управлінської документації, що забезпечує організацію процесів управління та управлінської праці, яка поділяється на:

– організаційну, що містить правила, норми, що визначають статус, компетенцію, структуру, штатну чисельність і посадовий склад установи, функціональний зміст діяльності установи та її підрозділів (положення або статут установи, положення про структурні підрозділи установи, посадові інструкції, штатні розписи, договори тощо);

– розпорядчу, що фіксує рішення нормативно-правового або організаційно-розпорядчого характеру з основних питань діяльності установи, адміністративно-господарських або кадрових (особового складу) питань (постанови, рішення, накази, розпорядження);

– інформаційно-аналітичну, що містить інформацію, на підставі якої приймаються певні управлінські рішення (акти, довідки, доповідні записки, заяви, пояснювальні записки, протоколи, службові листи тощо)» [2].

Організаційно-розпорядчі документи установи оформлюються на відповідних бланках, що створюються в електронній формі згідно з вимогами Типової інструкції з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, електронного міжвідомчого обміну [3].

В паперовій формі, підготовчий процес організаційно-розпорядчих документів оформлюється з урахуванням вимог ДСТУ 4163-2020 [1].

Слід наголосити, що проблематика трансформації організаційно-розпорядчої документації як засобу реалізації функцій управління є активно досліджуваним предметом науковців. Вчені аналізують практичну ефективність вимог до складання організаційно-розпорядчих документів в контексті нормативних змін, видової класифікації та методики оформлення.

Всі ці питання є актуальними і для створення центрів культурних послуг, так як це нова структура в системі мережі закладів культури. Трансформації, які відбуваються с закладами культури потребують нормативних і документознавчих знань, вірне застосування яких дозволить прийняти вірно аргументовані рішення щодо створення нового культурного осередку на всіх етапах становлення та розвитку.

Окрім загальнодержавних норм і правил, для управлінців в сфері культури розроблено практичний посібник «Центр культурних послуг у територіальній громаді», якій ініційовано проєктом «Центри культурних послуг, як інструмент згуртованості громади». Посібником розкриває алгоритм створення центрів культурних послуг, акцентується увага на першочергових етапах управлінських рішень, які необхідні для створення принципово нової структури.

Розробка організаційно-розпорядчих документів починається на організаційно-правовому та будівельному етапі, коли місцева влада має прийняти рішення про створення (будівництво або ремонт) центру культурних послуг. Особливої уваги потребує розробка та затвердження установчої документації. Наприклад, статут центру культурних послуг окрім загально прийнятих компонент (відомості про його найменування, мету і предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного капіталу та інших фондів, порядок розподілу прибутків і збитків, про органи управління і контролю, їх компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації суб'єкта господарювання) має визначати її ціннісні орієнтації та потенціал.

Надані в посібнику рекомендації щодо особливостей створення центрів культурних послуг, акцентовано на важливості чітко сформованих цінностях закладу, які на думку авторського колективу будуть відомими та зрозумілими як відвідувачам центру, так і його працівникам. Цінності мають бути ретельно осмислені з орієнтацією на потреби громади та будуть визначати унікальність закладу та його функціоналу. Рекомендовано зазначати цінності в статуті або стратегії розвитку закладу культури [4, с. 11–13].

Отже, процес створення центру культурних послуг має конкретно визначену черговість, де одним з головних етапів є підготовка організаційно-розпорядчих документів. Важливість організаційно-розпорядчої документації є беззаперечною, так як вона складає документаційний фонд закладу культури, за її допомогою здійснюється керування управлінськими процесами та прийнятими рішеннями. При створенні центру культурних досліджень Слід дотримуватися як загальноприйнятих норм і процедур створення управлінських документів, які визначені в нормативних актах та регулюються стандартами, а й звертати особливу увагу на особливих рекомендації щодо винятковості та унікальності центру культурних послуг.

Дослідження в такому теоретичному дискурсі є перспективними і

актуальними з точки зору новизни та практичного значення.

#### Список використаних джерел:

1. ДСТУ 4163:2020. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів Чинний від [2021–09–01]. URL : [https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/dstu\\_4163\\_2020/5-1-0-1934](https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/dstu_4163_2020/5-1-0-1934) (дата звернення: 09.01.2024).
2. Правила організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях: затв. наказом Міністерства юстиції України 18.06.2015 № 1000/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0736-15#Text> (дата звернення: 09.01.2024).
3. Типова інструкція з діловодства в міністерствах, інших центральних та місцевих органах виконавчої влади: затв. постановою Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 55. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF#n593> (дата звернення: 09.01.2024).
4. Центр культурних послуг у територіальній громаді: посібник / Я. Петраков та ін.; Проект «Центри культурних послуг, як інструмент згуртованості громади»; Міністерство культури та інформаційної політики України; Товариство дослідників України. Київ, 2022. 296 с. URL : <http://surl.li/trkvk> (дата звернення: 09.01.2024).

*Адаменко Ольга Олександрівна*  
здобувачка Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка.  
Науковий керівник: *Політова Олена Аркадіївна*,  
кандидат історичних наук завідувач кафедри  
інформаційних комунікацій Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка

### Інтернет-маркетинг в бібліотеках: зарубіжний досвід

Стрімкий розвиток цифрових технологій актуалізують для бібліотеки завдання пошуку нових шляхів для розвитку та популяризації установи в суспільстві. Інтернет-маркетинг, на даний момент, є ключовим інструментом для просування послуг та залучення користувачів, з метою покращення іміджу бібліотеки. У сучасному цифровому світі, де конкуренція за увагу користувачів постійно зростає, бібліотекам необхідно не лише пристосовуватися до нових технологій, але й активно використовувати їх для просування своїх послуг та залучення аудиторії. Одним з ключових інструментів в цьому процесі є інтернет-маркетинг [2].

Сьогодні, інтернет-маркетинг стає не лише важливим інструментом просування бібліотечних послуг, але й необхідністю в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та зміни споживчих звичок. Конкуренція за увагу користувачів у великому міжнародному онлайн-просторі змушує бібліотеки шукати ефективні методи залучення та утримання аудиторії.

Досвід зарубіжних бібліотек може надати цінні уявлення та стратегії, які можуть бути успішно адаптовані в українському контексті,

сприяючи подальшому розвитку бібліотечної сфери та підвищенню її впливу в цифровому середовищі.

Основна мета повідомлення полягає у висвітленні ефективних практик та прикладів успішного використання інтернет-маркетингу в бібліотечній сфері за кордоном.

Питання ефективного використання маркетингу в діяльності бібліотек були предметом досліджень багатьох українських науковців і фахівців, зокрема Мар'їна О. Ю. з досліджувала контент-стратегії бібліотек [4], Маранчак Н.М. писала про використання штучного інтелекту в маркетингу бібліотечної галузі [3], Антонюк О. Ю. досліджувала методи популяризації бібліографічної продукції [1], Гранчак Т. Ю. аналізувала інтернет-маркетинг українських бібліотек [2] та ін.

На сьогодні, бібліотеки в Україні обмежено використовують інструменти інтернет-маркетингу, переважно фокусуючись на бібліотечних веб-сайтах, присутності в соціальних мережах і, у меншій мірі, на онлайн та традиційних ЗМІ. Вони використовують мас-медіа для проведення кампаній ребрендингу, оновлення іміджу, та інформування користувачів про модернізацію бібліотечних послуг, включаючи доступ до онлайн сервісів та інтерактивні заходи. Виділяється необхідність удосконалення аналітичного та управлінського напрямків інтернет-маркетингу в бібліотечній сфері, зосереджуючись на вивченні конкурентів, ефективності різних інструментів і напрямків маркетингу, використанню новітніх трендів та розробці виваженої стратегії маркетингу в інтернет-середовищі.

Одним з найпопулярніших трендів інтернет-маркетингу за кордоном у 2024 році став Штучний Інтелект (далі – ШІ). Сама його поява в бібліотечному секторі може здатися дещо дивним, проте, ШІ добре поєднується з автоматизацією процесів, що може революціонізувати бібліотечні послуги та полегшити повсякденну роботу бібліотечних працівників. В першу чергу ШІ використовують як допоміжний сервіс у моніторингу інвентаризації та систематизації фондів. Бібліотека громадського шкільного округу Мейсон-Сіті в Айові почала використовувати ChatGPT, щоб визначити, які книги суперечать законам штату. Це використання цензури на основі штучного інтелекту економить час і зусилля, тому працівники зменшують своє робоче навантаження та мають додатковий час для взаємодії з відвідувачами та громадськими ініціативами.

Але не лише академічні бібліотеки отримують вигоду від залучення ШІ та автоматизації процесів. Публічні бібліотеки в свою чергу, можуть отримати вигоду від автоматизації кількома способами для оптимізації операцій, покращення взаємодії з користувачами та підвищення ефективності їхньої роботи. Також, аналітику відвідувачів і рекомендації можна значно покращити за допомогою програмного забезпечення ШІ. Бібліотеки можуть отримати краще розуміння моде-

лей використання та уподобань користувачів. Автоматичні системи рекомендацій також можуть пропонувати певні назви книг для відвідувачів на основі їхніх уподобань з історії запозичень[3].

Підсумовуючи, інтернет-маркетинг стає важливою необхідністю для бібліотек, привертаючи увагу аудиторії в онлайн-просторі та забезпечуючи зв'язок з користувачами. Вивчення зарубіжних практик допоможе українським бібліотекам розробити власні стратегії. Рекомендовано провести дослідження, розробити комплексну стратегію, використовувати різноманітні канали та інструменти, оцінювати результати. Використання нових технологій, таких як ШІ, підсилює ефективність інтернет-маркетингу бібліотек.

#### **Список використаних джерел**

1. Антонюк О. Ю. Популяризація бібліографічної продукції як важливий складник рекламно-інформаційної діяльності бібліотек. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2023. № 3. С. 42–48.
2. Гранчак Т. Ю. Інтернет-маркетинг у діяльності бібліотек України. Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. 2019. № 4. С. 36–55.
3. Маранчак Н. М. Використання штучного інтелекту в цифровому маркетингу бібліотечної галузі України: зарубіжний досвід і перспективи. Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері. 2023. Т. 6, № 1. С. 172–184.
4. Мар'їна О. Ю. Соціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності. Вісник Книжкової палати. 2013. № 3. С. 26–28.

***Березенська Катерина Олександрівна**  
здобувачка Приватного вищого навчального закладу  
«Київський університет культури».  
Науковий керівник: **Сенченко Оксана Миколаївна**,  
кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач  
Київського національного університету культури і мистецтв*

### **Гендерні аспекти PR-кампаній у сучасному політичному просторі**

У сучасному політичному ландшафті гендерні аспекти актуалізуються у контексті піару та комунікаційних стратегій. Політичні кандидати, партії та консультанти з PR все частіше використовують гендерно орієнтовані підходи для досягнення своїх цілей. Однак, використання гендерної проблематики у PR породжує значну кількість викликів та спровоковує дебати.

Одним з ключових гендерних аспектів PR-кампаній є використання стереотипів. Часто в політичному PR використовуються типові уявлення про чоловіків і жінок для формування іміджів кандидатів та для маніпулювання голосами виборців.

Наявність гендерів сприяла виникненню певних стереотипів, які пов'язані з відмінностями, властивими для жіночої та чоловічої статей.

До кожного гендеру сформувалися відповідні очікування та характеристики. Для глибшого розуміння проблематики даного питання потрібно мати уявлення про значення гендерних стереотипів та чому вони виникають. Гендерні стереотипи – це сформовані масовою думкою погляди суспільства щодо характеристик, поведінки, зовнішності представників кожного гендеру. На основі цих стереотипів виникають гендерні ролі, які визначають моделі поведінки чоловіків та жінок, спираючись на соціокультурні умови їхнього життя. В різних країнах світу, в залежності від культур, гендерні стереотипи можуть змінюватися, можлива також пертурбація ролей, або навпаки повна відсутність гендеру [1].

В повсякденному житті ми часто зустрічаємося із гендерними стереотипами, які негативно впливають на деякі сфери людської діяльності. Наприклад, у багатьох власників приватних підприємств упереджене ставлення до жінок, як до робітників. Керівники часто не хочуть брати їх на роботу, оскільки ті можуть піти у декретну відпустку, або брати лікарняний по догляду за дитиною, коли вона хворіє. Можна стверджувати, що орієнтація на гендерні ролі спричиняє нерівність між людьми, а також негативний вплив на комунікаційну діяльність, в тому числі політичні PR-кампанії.

Коли ми говоримо про жінок у політиці, важливо почати з того, щоб чітко визначити вимір, до якого будемо звертатися, тобто що ми розуміємо під словом «політика». Найдоречніше, на мою думку, говорити про політичну систему. Політична система – це сукупність державних, політичних і громадських організацій, об'єднань, а також політико-правових норм, принципів організації і здійснення політичної влади в суспільстві [2].

Історія українських жінок і їхнього доступу до влади складна і нелінійна. Те, що було можливим для княгині в Київській Русі – регентство при малолітніх синах (а по факту управління державою) [3,10], стало недоступним жінкам у добу Козаччини. Потужну першу хвилю фемінізму, яка сформувала багатотисячні жіночі товариства в ХІХ столітті, добилася доступу до освіти і виборчих прав, привела жінок у керівні органи новопосталих після 1917 року державних утворень, у радянський час було відкинуто й забуто як прояв «буржуазного націоналізму» і «царського режиму». Романтичні більшовички потонули в кривавому сталінському терорі. Націоналізм із 1960-х років вибудовував свої гендерні ідеали на протиставленні радянським деклараціям про жінку як рівноправну трудівницю й будівничу комунізму, а відтак приготував для жінок гетто з виховання дітей і турботи про культурну спадщину [4]. На початку ХХІ століття жінки мають рівні, закріплені законодавчо права і тривалу історію їх реалізації. Сьогодні ці жінки дедалі частіше артикулюють новітні ідеї і нарешті повноцінно реалізують владу, за яку їхні попередниці боролися протягом тисячі років.

Нині, за даними дослідження Всесвітнього економічного форуму, Україна посідає 65-те місце серед 149 країн у світовому рейтингу дотримання гендерної рівності [5]. Найкраща ситуація з рівними можливостями в Україні спостерігається у сфері освіти: за цим показником країна 26-та у світі. А найгірший результат у галузі політики — тут вона посідає 105-ту сходинку. Першу п'ятірку рейтингу склали Ісландія, скандинавські Норвегія, Швеція і Фінляндія, а також латиноамериканська Нікарагуа. Останні місця посідають Ірак, Пакистан і Ємен. У 2017 році Україна посідала 61-ту сходинку цього рейтингу. Це вкотре демонструє, що політика залишається маскуліною сферою, часто недоступною для жінок через безліч перешкод — від гендерних стереотипів до відсутності сприятливої державної політики.

Крім того, що існують структурні чинники залученості жінок у політику, які спричиняють і поширюють гендерні стереотипи, існують ще так звані індивідуальні чинники, які передбачають, що жінка реалізовує своє бажання і мотивацію працювати в політиці.

Чому у жінок рідше, ніж у чоловіків, виникають такі бажання? Зокрема, бажання активніше просуватися по кар'єрних щаблях і йти у велику політику, на рівень ухвалення рішень.

Саме за жінками в нашому суспільстві закріплено доглядові функції (за дітьми, людьми літнього віку, людьми з інвалідністю, хворими родичами) і підтримку домогосподарства, тому у них менше часу, щоби присвятити його роботі в політичній сфері, яка часто понаднормова і передбачає відрядження тощо. Отже, такий ресурс, як час, вельми важливий у цьому випадку.

Політика передбачає ризик, орієнтацію на успіх, командну роботу — риси, які змалечку виховують переважно у хлопчиків. У результаті такої диференційної соціалізації хлопці в середньому більше вірять у свої сили порівняно з дівчатами і краще оцінюють свої компетенції.

Аналіз гендерних стереотипів та упереджень з приводу ролі жінки у суспільстві та сім'ї надала можливість для поштовху та виокремлення загальних типів іміджу жінок, які створюються у суспільстві. Найпопулярнішим з таких є образ жінки з певними маскулініними ознаками. Це було обумовлено тим, що загальний стереотип жінок полягає в тому, що вони є більш емоційними та керуються саме цим у прийнятті рішень. Суспільство вимагає від жінок, аби вони також встигали усюди, тобто ти маєш бути ідеальною і в сім'ї, і на роботі і з друзями. Тому загальний образ предстає у суспільстві таким чином, що вони мають бути чоловіками у жіночому вбранні, і роботи все найкращим чином.

У сучасному світі, де політика відіграє ключову роль у формуванні суспільства, важливо розуміти вплив гендерних аспектів на політичні PR-кампанії. Завдяки проведеному дослідженню гендерних аспектів у політичному просторі, я зробила ряд важливих висновків.

Виявляється, що гендерні стереотипи досі продовжують впливати на наше суспільство та на імідж політичних акторів також, і в основному негативний вплив відображається саме на жінках.

Жінки зазвичай стикаються з численними штампами, які ставлять під сумнів їхню компетентність або здатність керувати справами країни. Багато жінок – політиків змушені працювати над тим, щоб перебороти ці стереотипи, вже протягом 100 років виборюють місце в політиці та намагаються довести ефективність як лідери.

Імідж жінок у політиці, саме їх типаж, є достатньо однотипними. Найпоширенішим є наратив залізної леді, який може бути доповнений іншими барвами з інших типів, але кістяк – це так званий чоловік у спідниці.

### Список використаних джерел

1. Що таке гендерні стереотипи та як із ними боротися. Новинний сайт NV. 2020 URL: <https://nv.ua/ukr/spec/gender-shcho-take-genderni-rol-i-genderni-steretipii-seksizm-50098152.html> (дата звернення: 07.07.2020)
2. Політична система. Матеріали семінару «Теорія політичних систем». 2023. URL: [https://studies.in.ua/polit-sistem\\_srminar/513-poltichna-sistema.html](https://studies.in.ua/polit-sistem_srminar/513-poltichna-sistema.html) (дата звернення: 2023)
3. Повесть врем'яних літ: Літопис (За Ппатським списком) / пер. В. В. Яременка., 1990, 558 с.
4. Кобалія А. Від «рівноправки» до «радянської жінки». Хто в Україні вперше надав жінці право голосу? Кампанія проти сексизму в медіа та політиці URL: <http://povaha.org.ua/vid-rivnopravky-do-radyanskoji-zhinky-hto-v-ukrajini-vpershe-nadav-zhintsi-pravo-holosu/> (дата звернення: 23.08.2017)
5. Україна посіла 65-те місце у світовому рейтингу гендерної рівності. Укр. суспільно – політичне інтернет – ЗМІ «Українська правда» URL: [https://www.pravda.com.ua/news/2018/12/18/7201605/?fbclid=IwAR2\\_YM6k5L9-0c6ZXjQPsr05w6ik3Pga1-ugPURec3VX5ymiyKkHaNoB4js](https://www.pravda.com.ua/news/2018/12/18/7201605/?fbclid=IwAR2_YM6k5L9-0c6ZXjQPsr05w6ik3Pga1-ugPURec3VX5ymiyKkHaNoB4js) (дата звернення: 18. 12. 2018)

*Бублій Ксенія Денисівна*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Родінова Наталія Леонідівна,  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## Інноваційний менеджмент у розвитку медіа продакшн

У сучасному світі відеоконтент набуває більшої популярності та важливості для споживачів. Також медіаплатформи розширюють можливості заробляти гроші за рахунок контенту. Тому медіапростір є дуже важливим у суспільстві, а з іншого боку – важливо мати вибудовану структуру, що буде працювати якісно. Менеджери відео-продакшенів та різноманітних медіаплатформ мають ключове значення у створенні якісного та цікавого контенту. Вони розробляють стратегії зйомок, обирають талановитих режисерів та акторів, а також встановлюють бюджети й вирішують питання фінансування проєктів. Їхні рішення можуть визначити успіх або невдачу відеоконтенту, а



також вплинути на його рецепцію глядачами.

Інноваційний менеджмент у медіасфері – це сфера, що постійно еволюціонує, оскільки медіа стають все більш цифровими і інтерактивними. Основна мета інноваційного менеджменту в медіапросторі полягає в тому, щоб створювати і впроваджувати нові ідеї, продукти, технології та стратегії, щоб забезпечити конкурентоспроможність та залучення аудиторії. Можна виокремити ряд аспектів інноваційного менеджменту в медіасфері:

1. Цифрова трансформація (медіакомпанії повинні постійно адаптуватися до змін у цифровому середовищі, розробляючи та впроваджуючи нові технології для поліпшення контенту, дистрибуції та взаємодії з аудиторією);

2. Розвиток нових платформ і форматів (нові платформи, наприклад стрімінгові сервіси, соціальні медіа та мобільні додатки, надають можливість створювати інноваційний контент та залучати нових користувачів);

3. Аналітика та дані (використання аналітичних інструментів та збір даних допомагає медіакомпаніям зрозуміти поведінку своєї аудиторії, що в свою чергу дозволяє забезпечити персоналізований контент та послуги);

4. Колаборація і партнерство (співпраця з іншими медіакомпаніями, технологічними стартапами та іншими галузями може сприяти інноваціям через обмін знаннями, ресурсами та ідеями);

5. Експерименти і Agile методології (використання Agile та Lean методологій дозволяє швидко впроваджувати нові ідеї та експериментувати з новими концепціями, необхідними для швидко змінюваного медіасередовища);

6. Культура інновацій (важливим є створення культури, долучення до якої сприяє внесенню нових ідей та експериментуванню, без страху зіткнутися з невдачею) [2].

Менеджери у сфері медіа відповідають за розробку та реалізацію стратегій, спрямованих на розширення аудиторії та збільшення прибутку. Вони вивчають ринок, аналізують тренди та реагують на зміни, щоб привернути нових глядачів та забезпечити задоволення існуючої аудиторії. Їх стратегічні рішення впливають на вибір контенту, рекламну політику, розвиток технологій та співпрацю з іншими компаніями. Наприклад, менеджери телевізійних мереж можуть вирішувати, які програми замовляти або відмінити, щоб привернути більше глядачів і збільшити рекламні прибутки. Тобто виконується важливий аналіз перед поширенням, аналіз медіа платформ для розповсюдження контенту є ключовою складовою стратегії маркетингу та залучення аудиторії в інтернет. Варто вказати, що аналіз включає в себе наступні характеристики:

1) цільова аудиторія (розуміння, яка аудиторія користується конк-

ретною платформою, наприклад, на Facebook можна знайти більш різноманітну аудиторію, включаючи різні вікові групи та інтереси, тоді як для LinkedIn характерна більша концентрація професіоналів);

2) функціональні можливості (аналіз функцій платформи для створення та розповсюдження контенту, наприклад, Instagram – ідеальна для візуального контенту, такого як фотографії та відео, Twitter – підходить для коротких й змістовних повідомлень);

3) залучення аудиторії (оцінка рівня взаємодії аудиторії з контентом на платформі, що включає лайки, коментарі, репости та інші форми взаємодії);

4) аналіз алгоритмів (розуміння впливу алгоритмів платформи на показ контенту, наприклад, алгоритм Facebook враховує рівень залученості аудиторії до публікації при виборі, яку показувати в новинах);

5) аналіз конкуренції (дослідження того, як конкуренти використовують платформу, їх стратегії та успішні приклади);

6) аналіз показників ефективності (оцінка ключових метрик: кількість переглядів, конверсій, тривалість перебування на сторінці тощо).

Протягом останніх років, у світі з'явилося багато інноваційних інструментів для роботи. Саме завдяки цим інструментам та аналізу роботи, який проводить кожен менеджер, покращується ряд процесів. Напрямок інноваційного менеджменту в медіа, які використовують саме менеджери достатньо, але є головні. Використання аналітики та даних є одними з них. Медіакомпанії активно використовують аналітичні інструменти для збору, аналізу та розуміння даних про споживачів контенту. Це дозволяє персоналізувати контент, пропонувати більш ефективні стратегії реклами та вдосконалювати продукти з урахуванням реальних потреб аудиторії [3].

Після цього йде застосування агільних методологій, таких як Scrum або Kanban, дозволяє медіакомпаніям прискорити процес розробки контенту та адаптуватися до зміни відгуків аудиторії в реальному часі. Експерименти з форматами та технологіями є також важливим етапом у ланцюгу напрямків. Саме впровадження нових технологій, таких як віртуальна реальність, розширена реальність або штучний інтелект, дозволяє медіа-компаніям експериментувати зі своїми продуктами та створювати унікальний та захоплюючий контент [1].

Особливим та ключовим напрямком для менеджера є розвиток креативних команд та культури інновацій. Тобто створення сприятливого середовища для креативності та інновацій, що є важливою складовою успіху в медіасфері. Розвиток команд, що мають різноманітний досвід та перспективи, стимулювання творчості та експериментів є ключовими елементами в цьому напрямку. Ці інноваційні підходи допомагають менеджерам медіа-компаній підвищувати якість та креативність своїх продуктів, а також лідерство на ринку в умовах швидкої зміни вимог споживачів та технологій [2].

Інноваційний менеджмент є ключовим чинником у розвитку медіа продакшну в сучасному світі. Завдяки впровадженню інноваційних підходів і технологій у виробництво та поширення медійного контенту, компанії можуть забезпечити свою конкурентоспроможність на ринку. Ефективне використання інноваційного менеджменту дозволяє підвищити якість продукції, зменшити витрати, залучити аудиторію та забезпечити стабільний розвиток бізнесу [3].

Успішна реалізація інноваційних стратегій вимагає від компаній не лише технічних знань та ресурсів, але й гнучкості, відкритості до змін, а також вміння взаємодіяти зі споживачами та аналізувати їхні потреби. Тільки такі підходи дозволять медіа продакшну стати лідером у сфері забезпечення якісного та відповідного контенту.

Отже, інноваційний менеджмент має вирішальне значення для розвитку медіа продакшну, і компанії, що активно впроваджують інновації, будуть мати перевагу у забезпеченні успішного майбутнього на конкурентному ринку медіа індустрії.

#### Список використаних джерел

1. Arne L. Bygdas, Clegg S., Hagen A. Media Management and Digital Transformation 2019. 178 p. URL: <https://goo.su/bQzCamN>
2. Сухоруков А.І., Сухорукова О.А. Особливості організації інновацій у медіа-індустрії. Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 25.01.2020. С. 45-48. URL: <https://goo.su/SdUzH>
3. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: Підручник. 2019. URL: <https://goo.su/MknCsB3>

**Бурхан Софія**

*здобувачка Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка.*

*Науковий керівник: Макарова Марія Василівна,  
кандидат культурології, доцент кафедри інформаційних технологій  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка*

## Нейромаркетинг в видавничій справі: зарубіжний досвід

Нині в більшості вітчизняних бібліотек використовуються методи класичного маркетингу, які не завжди ефективні та вже досить звичні, тому зараз активно шукають нові способи привернення уваги споживачів. Сучасні технології просування зробили крок далеко вперед. Раніше рекламою були тільки ролики по телебаченню та оголошення у пресі, а нині використовують багато різних підходів – від контекстної реклами до способів привернення уваги споживачів завдяки кольоровому та звуковому оформленню торгових залів. Багато виробників товарів та послуг почали використовувати у своїй роботі нейромаркетинг, щоб просунути свої товари та послуги на ринку.

Значна кількість досліджень, проведених у цій галузі, вказує на те, що нейровізуалізація – інструмент майбутнього, який відкриває широкі можливості перед маркетологами. Його головна перевага полягає у тому, що він дає доступ до інформації, яка недоступна через звичні способи. Цей вид маркетингу користується великою популярністю серед провідних іноземних бібліотек та книгарень.

Нейромаркетинг поступово стає одним із найперспективніших напрямів у сучасній науці, проте, на жаль, є малодослідженим. Відсутність інтересу дослідників до цієї галузі науки і практики можна пояснити його комерційною спрямованістю.

Піднята тема актуальна, оскільки поєднує два швидкозмінні індустріальні сектори – культурний і медіа. Враховуючи швидку диджиталізацію і зміну споживацьких звичок, бібліотеки та видавництва постійно шукають нові способи залучення та утримання уваги своєї аудиторії.

Нейромаркетинг, який використовує наукові методи та техніки для вивчення мозкових процесів споживачів, може допомогти бібліотекам та видавництвам краще зрозуміти потреби, побажання та переваги своїх користувачів. Використання нейромаркетингу може допомогти оптимізувати дизайн книжкових обкладинок, вибір шрифтів, маркетингові стратегії та інші аспекти продукції і просування.

Зарубіжний досвід у цій області може бути особливо корисним для впровадження новаторських підходів та кращого розуміння тенденцій. Дослідження такої теми може допомогти впровадженню ефективних стратегій у власній країні, а також сприяти обміну досвідом між країнами та розвитку інновацій у галузі культурної та медійної сфер.

Метою мого дослідження є ретельне вивчення та узагальнення зарубіжного досвіду нейромаркетингу з метою його подальшого використання для покращення роботи бібліотек та видавництв.

Концепція нейромаркетингу була розроблена психологами Гарвардського університету. Згідно з нею розумова діяльність людини більш ніж на 90% відбувається на підсвідомому рівні [3]. Загальну методику нейромаркетингу розробив наприкінці 1990-х років гарвардський професор Г. Залтмен. Вона була запатентована під назвою ZMET (метод вилучення метафор Залтмена). Її сутність полягає у використанні наборів спеціально підібраних картинок, що викликають позитивну емоційну реакцію й активізують приховані образи-метафори, що стимулюють покупку. На основі виявлених образів конструюються графічні колажі, які закладаються в основу рекламних роликів. Маркетингова технологія ZMET швидко набула популярності в сотень великих фірм-замовників, серед яких — Coca-Cola і Pepsi, Nestle, General Motors, Procter&Gamble та ін. [2].

Незважаючи на те, що нейробиологічні дослідження у сфері прийняття рішень людиною ведуться давно, вперше нейроскануюча технологія лише з маркетинговою метою була застосована професором Г.

Залтменом наприкінці 1990-х, а перша міжнародна конференція, повністю присвячена нейромаркетинговим дослідженням, відбулася в 2004 році в США [1].

Один з найяскравіших прикладів нейромаркетингу у видавничій справі є магазин Taschen – це мережа (спочатку – німецьких, а пізніше – світовий бренд) магазинів, що продають видання однойменного видавництва. Засновник компанії Бенедикт Ташен менш ніж за 30 років, почавши з магазину коміксів, створив імперію артвидань. Ташен зробив на книжковому ринку справжню революцію, зробивши книги та альбоми з мистецтва доступними простому покупцю у ціновому відношенні. Крім того, саме він вигадав новий тип магазину арткниг, в якому видання можна чіпати, гортати і навіть читати. Сьогодні у світі налічується 11 магазинів Taschen, кожен з яких має свій власний унікальний дизайн. Чотири магазини розташовані в Америці: у Нью-Йорку, Голлівуді, Майамі та Лос-Анжелесі.

Інші зосереджені у великих європейських містах: у Лондоні, Парижі, Брюсселі, Берліні, Копенгагені, Гамбурзі та Кельні.

Незважаючи на те, що кожен магазин має унікальний дизайн, існують загальні принципи оформлення: велика кількість світла, яскраві контрастні кольори в оформленні стелажів, дизайнерські меблі, простора викладка товару, яка можлива завдяки продажу певної кількості книг, наявність місць для ознайомлення з книгою. У багатьох магазинах мережі на фотографіях можна побачити вази з квітами. Все це можна віднести до нейромаркетингових прийомів [4].

Підсумовуючи що великі відомі магазини Європи націлені швидше на залучення туристів, аніж продаж книжок. Вони використовуються такі інструменти нейромаркетинга, як ароматизація приміщення з допомогою розміщення кафе, вплив периферійного оточення. Таким чином, інструменти нейромаркетингу можна і потрібно застосовувати у просуванні книжкових видань. Залежно від концепції магазину можна вибрати, який настрій буде створено у покупців.

Слід зазначити, що нейромаркетингові інструменти можна використовувати і на етапі створення книжки. Крім того, компанії важливо побудувати певний емоційний зв'язок споживача з серією або видавництвом, яке випускає книгу. Для цього також можна скористатися нейромаркетинговими дослідженнями, щоб розробити потрібну комерційну символіку.

#### **Список використаних джерел**

1. Аромамаркетинг: для чого потрібен запашний бізнес. Будуй своє! URL: <https://buduysvoe.com/publications/aromamarketyng-dlya-chogo-potriben-zapashnyy-biznes>
2. Дослідження впливу факторів нейромаркетингу на поведінку споживачів. URL: [http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2015/25\\_4Z62.pdf](http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2015/25_4Z62.pdf)
3. Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Радченко Г.А., Колбушкін Ю.П. Методичні рекомендації до виконання та захисту дипломних робіт. К.:НАУ, 2016. 54 с.
4. Які інструменти нейромаркетингу збільшують продажі? EBA. URL: <https://eba.com.ua/vaki-instrumentv-nei-romarketyngu-zbil-shuvut-prodazhi/>

*Голованова Ксенія  
здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Стронська Наталія Тарасівна,  
кандидат історичних наук, в.о. директора  
наукової бібліотеки НАКККіМ*

## **Методи дослідження інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів України та Німеччини**

Кіноархіви України та Німеччини представляють собою скарбниці кінематографічної спадщини, яка відображає не лише історію кіно, а й культурну, соціальну та політичну динаміку двох країн. Однак, з розвитком сучасних технологій та зміною споживацьких звичок, інформаційно-комунікаційна діяльність кіноархівів набуває нового значення та актуальності.

По-перше, в контексті стрімкого розвитку цифрових технологій, інформаційно-комунікаційна діяльність кіноархівів стає ключовим інструментом збереження та доступу до архівних матеріалів. Цифровізація кіноархівів відкриває широкі можливості для збереження та реставрації цінних фільмів, що підвищує їхню доступність для вивчення, дослідження та популяризації.

По-друге, у світлі загострення конкуренції на медіаринку та зміни споживацьких звичок аудиторії, кіноархіви змушені шукати нові шляхи взаємодії з глядачами. Інформаційно-комунікаційна діяльність включає в себе не лише збереження історичних матеріалів, а й їх активну промоцію та маркетингові стратегії. Крім того, кіноархіви використовують нові медіа-платформи та соціальні мережі для взаємодії з аудиторією та підвищення її зацікавленості у кінематографічній спадщині.

По-третє, в умовах глобалізації та зростаючої культурної інтеграції, співпраця між кіноархівами різних країн стає надзвичайно важливою. Обмін досвідом, ресурсами та кіноархівними матеріалами сприяє не лише розширенню знань про кінематографічну спадщину, а й поглибленню культурного діалогу між націями.

Дослідження інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів України та Німеччини проводилося шляхом використання різноманітних методів, які дозволили отримати глибоке розуміння цієї теми. Аналіз літературних джерел та документів допоміг зібрати інформацію про історію, організаційну структуру та функції кіноархівів. Порівняльний аналіз діяльності кіноархівів обох країн дозволив виявити подібності та відмінності в їхній роботі.

Емпіричні методи, такі як анкетування, опитування та інтерв'ю, були використані для отримання прямих даних від співробітників кіноархівів, експертів у галузі кіноіндустрії та користувачів архівних матеріалів. Це дозволило краще зрозуміти, як інформаційні та комунікаційні стратегії застосовуються на практиці та як вони сприймаються аудиторією.

Кейс-студії використовувалися для аналізу конкретних випадків чи ситуацій у діяльності кіноархівів. Це дозволило розібратися в успішних стратегіях або проблемних питаннях, що виникали в процесі реалізації інформаційно-комунікаційної діяльності.

Використання різних методів дослідження дозволило отримати комплексну та об'єктивну інформацію про Інформаційно-комунікаційну діяльність кіноархівів України та Німеччини. Результати дослідження покажуть рівень розвитку цієї галузі та допоможуть в подальшому вдосконаленні методів роботи кіноархівів для більш ефективного збереження та просування кінематографічної спадщини.

Починаючи з аналізу законодавчого середовища обох країн, робота досліджує правові рамки, що регулюють роботу кіноархівів, зокрема щодо доступу до архівних матеріалів та їх використання. Порівняння організаційної структури та функцій кіноархівів України та Німеччини допомагає виокремити основні особливості їхньої діяльності.

Окрема увага приділяється порівнянню методів збереження кіноархівних матеріалів та їх цифровізації, відображаючи роль сучасних технологій у збереженні культурної спадщини обох країн. Дослідження також включає аналіз міжнародного співробітництва у галузі кіноархівістики та роль освітніх та культурних ініціатив у популяризації кінематографічної спадщини.

Також особлива увага приділяється порівняльному аналізу принципів та підходів до цифрової архівації та онлайн доступу до архівних матеріалів в Україні та Німеччині. Це допомагає виявити кращі практики та потенційні напрямки для подальшого розвитку обох країн у цій сфері.

В результаті дослідження висуваються висновки та рекомендації щодо подальшого розвитку інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів, спрямовані на підвищення ефективності їхньої роботи та збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Дослідження також розглядає вплив інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів на суспільство та культурну ідентичність країн. Це охоплює аналіз ролі кіноархівів у формуванні історичної свідомості, патріотизму та культурного діалогу.

Додатково, у дослідженні розглядаються інноваційні підходи та стратегії, які використовуються кіноархівами для залучення аудиторії та підвищення інтересу до кінематографічної спадщини. Це може включати організацію спеціальних заходів, виставок, кінопоказів, а також розробку інтерактивних онлайн платформ для доступу до архівних матеріалів.

Основна мета дослідження полягає в розширенні розуміння інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів та їх ролі у збереженні та просуванні кінематографічної спадщини. Робота вказує на можливість для подальшого розвитку цієї галузі через впровадження нових технологій, розвиток міжнародного співробітництва та пошук інноваційних шляхів взаємодії з аудиторією.

Загальні висновки роботи спрямовані на виділення ключових викликів і можливостей для розвитку інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів як в Україні, так і в Німеччині. Робота розробляє рекомендації для покращення роботи кіноархівів у межах сучасного медіа-ландшафту та сприяє подальшому розвитку кінематографічної спадщини як важливого аспекту культурного та інтелектуального життя обох країн.

#### Список використаних джерел

1. Демчина Л. І. Система комунікації в контексті науково-інформаційної сфери // Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі: Четверта Міжнародна наукова конференція, 20–22 травня 2021 р. Київ, 2021. С. 191-193.
2. Касян Л. Г. Проектна і публікаційна діяльність Центрального державного кінофотофоноархіву України ім. Г. С. Пшеничного в процесі функціонування і розвитку історичної пам'яті // Архівістика: теорія, методика, практика: матеріали Другої міжнародної науково-практичної конференції (22–23 квітня 2021 р., м. Кам'янець-Подільський). Кам'янець-Подільський: ТОВ Друкарня «Рута», 2021. С. 93-97.
3. Кулешов С. Г. Архів, бібліотека, музей: спроба інтеграції на засадах комунікаційного підходу // Студії з архівної справи та документознавства. 2009. Т. 17. С. 29-31.
4. Скиба О.П., Скиба І. П., Сідоркіна О. М., Шоріна Т. Г. Наукова комунікація в умовах інформатизації суспільства // Соціальні комунікації інформаційного суспільства: теоретичні та прикладні аспекти: монографія [ред.: А. Г. Гудманян, С. М. Ягодзінський]; Нац. авіац. ун-т, Ф-т лінгвістики та соц. комунікацій. Київ: Талком, 2020. С. 246.
5. Сошинська В. Трансформація каналів професійної комунікації в документно-інформаційній сфері // Вісник Книжкової палати. 2012. № 6. С. 16-19.

*Коваленко Ангеліна Олегівна*  
здобувачка Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка.  
Науковий керівник: *Копанєва Вікторія Олександрівна*,  
кандидат історичних наук, доцентка  
кафедри інформаційних технологій Київського  
столичного університету імені Бориса Грінченка

### **Інновації в бібліотечній практиці: впровадження новітніх технологій для підвищення ефективності та залучення користувачів**

Сучасний світ важко уявити без постійного розвитку технологій, які змінюють спосіб взаємодії з навколишнім середовищем та інформацією. У цьому контексті бібліотеки, які функціонують як ключові



інституції для збереження та поширення знань, вони зазнають значних змін, щоб адаптуватися до вимог цифрової епохи. В умовах постійного технологічного прогресу питання адаптації бібліотек до цифрового середовища стає все більш актуальним і важливим.

Бібліотеки давно вважалися сховищами знань та інформації, але в сучасну цифрову епоху вони розвиваються, щоб задовольнити мінливі потреби користувачів. В останні роки інтеграція новітніх технологій, таких як доповнена реальність (AR), штучний інтелект (AI) і радіочастотна ідентифікація (RFID), зробила революцію в бібліотечній практиці, підвищивши ефективність і залучивши користувачів.

Розглядається зарубіжний і вітчизняний досвід використання цих технологій у бібліотеках.

Доповнена реальність (AR, Augmented Reality) – технологія, що дозволяє вводити в поле сприйняття користувача будь-які сенсорні дані з метою доповнення відомостей про оточення та поліпшення сприйняття інформації. Використання цієї технології в бібліотеці дає можливість значно розширити обсяг інформації та послуг, які отримує користувач при фізичному відвідуванні установи.

AR дозволяє надати користувачам новий рівень інтерактивності та ефективності при роботі з бібліотечними ресурсами. Наприклад, за допомогою мобільних додатків з підтримкою AR користувачі можуть отримати додаткову інформацію про книги, які їх цікавлять, переглянути рейтинги та відгуки інших читачів, створення бібліотечні інструкції та навігації для користувача бібліотекою, екскурсії бібліотекою, бібліотечні фото-колекції та книжки з доповненою реальністю

Зарубіжний досвід. Публічна бібліотека Мандал та Наукова бібліотека Осло створили та запустили спільний проєкт «*AR Library*». Цей проєкт спрямований на виявлення досвіду практичного застосування доповненої реальності в бібліотеці. Серед успішних введень – розташування у приміщеннях плакатів зі зображенням міток, які використовувалися для ідентифікації книжкових колекцій та виконували роль направляючих орієнтирів для їх пошуку в бібліотеці.

Німецький Гете-Інститут, Нью-Йоркська публічна бібліотека, та Школа інформації та бібліотекознавства Інституту Пратта спільними зусиллями доповнили мобільний застосунок (для iPhone) із використанням AR «*German Traces NYC*». Завдяки реалізації проєкту, застосунок дає змогу користувачам вивчати культурну спадщину емігрантів із Німеччини в розвитку Нью-Йорка.

Вітчизняні бібліотеки також впроваджують AR технологію у практику обслуговування користувачів. Завдяки активної підтримки Українського культурного фонду, Української бібліотечної асоціації, Гете-Інституту в Україні, Міністерства регіонального розвитку, місцевих громадських проєктів, керівництва окремих установ і місцевих професійних спільнот з'являються такі проєкти:

– Бібліотека Сумського державного університету – «Віртуальний квест бібліотекою»; [2]

– Національна бібліотека України для дітей – «Книга з доповненою реальністю «Кобзарева абетка», та ін.

Штучний інтелект, або скорочено ШІ – це галузь комп'ютерних наук, яка фокусується на розробці машин і систем, здатних виконувати завдання, що зазвичай вимагають людського інтелекту, такі як навчання, розв'язання проблем і прийняття рішень. В основі ШІ лежить ідея створення машин, які можуть мислити й міркувати, як люди, і можуть вчитися на власному досвіді, щоб з часом покращувати свою продуктивність. Сфера штучного інтелекту постійно розвивається і має потенціал революціонізувати багато аспектів нашого життя – від охорони здоров'я і фінансів до транспорту і розваг.

ШІ дозволяє автоматизувати багато процесів, пов'язаних з обробкою та аналізом інформації. Наприклад, системи інтелектуального аналізу можуть допомогти бібліотекарям ефективно класифікувати та каталогізувати книги, статті та інші джерела інформації. Крім того, ШІ може бути використаний для розробки персоналізованих систем рекомендацій, які будуть пропонувати користувачам самі ті ресурси, які їх цікавлять. Приклади успішного застосування ШІ у бібліотечній діяльності можна розглянути на прикладі таких книгозбірень, як Бібліотека Конгресу США, Бібліотека Джеймса Б. Ханта Університету штату Північна Кароліна, Бібліотека Університету Джонса Гопкінса в США, Бібліотека Південно-західного університету Китаю, Бібліотека Берлінського університету імені Гумбольдта в Німеччині, свідчать про багатий потенціал і перспективність цифрових технологій [5].

Використання штучного інтелекту у вітчизняних бібліотеках поки помічено не було, але є потенціал для впровадження штучного інтелекту в бібліотечній галузі України, існують певні проблеми, такі як відсутність необхідних ресурсів, фінансування та знань. Проте, зарубіжний досвід може слугувати основою для визначення ефективних стратегій та інструментів просування бібліотечних послуг і ресурсів у цифровому середовищі.

RFID (Radio Frequency Identification) – це технологія ідентифікації, яка використовує радіохвилі для безконтактного зчитування даних. Вона має великий вплив на бібліотеки, спрощуючи процеси кредитування книг, керування та підтримки. RFID вже давно використовується у багатьох бібліотеках світу для безпеки, обліку та впорядкування фондів, а її подальше використання у поєднанні з технологіями Інтернету речей дасть змогу зробити ці процеси більш надійними та оперативними. Завдяки системам RFID, можливо автоматизувати процеси інвентаризації та ведення обліку книжкового фонду. Крім того, впровадження технологій RFID може сприяти створенню системи самообслуговування для користувачів, що забезпечить їм більшу свободу та

зручність при отриманні доступу до бібліотечних ресурсів.

На жаль, на сьогоднішній день велика кількість бібліотек України не впровадила технологію RFID. Однак деякі заклади вже мають позитивний досвід використання цієї технології. Наприклад, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського впровадила систему RFID для автоматизації видачі та обліку книг. Це дозволило значно підвищити якість обслуговування користувачів та зменшити витрати на управління бібліотечними процесами.

Висновки: Результати дослідження та аналізу зарубіжного та вітчизняного досвіду можна зрозуміти, що впровадження інноваційних технологій у бібліотечну практику значно складніше ніж у зарубіжних країнах. На мою думку використання новітніх технологій підвищить ефективність та залучення користувачів та значно підвищити якість обслуговування.

### Список використаних джерел

1. Бондаренко, В., & Гранчак, Т. (2021). Бібліотечні проекти доповненої реальності (AR): зарубіжний досвід. Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук, (7), 100–114. <https://doi.org/10.31866/2616-7654.7.2021.233305>
2. Віртуальний квест бібліотекою. Бібліотека Сумського державного університету : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ycDWM1Y> (дата звернення: 02.05.2024)
3. AR-проект Мандал Бібліотека і університет з Осло Бібліотека. Скрипторка URL: <https://scriptotek.github.io/ar-project/about/> (дата звернення: 02.05.2024).
4. Дем'янюк Л. Штучний інтелект у бібліотечній практиці: зарубіжний досвід. Міжнародна наукова конференція «Бібліотека. Наука. Комунікація. Інноваційні трансформації ресурсів і послуг» URL: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/1474> (дата звернення: 03.05.2024).
5. Штучний інтелект (ШІ) – що це таке, як працює і навіщо потрібен. URL: <https://termin.in.ua/shtuchnyy-intelekt/> (дата звернення: 02.05.2024).

**Крижанівська Софія Костянтинівна**  
здобувачка НАКККіМ.

*Науковий керівник: Добровольська Вікторія Василівна,  
доктор наук із соціальних комунікацій, професорка НАКККіМ*

## **Електронна бібліотека «Культура України». Становлення та розвиток електронних бібліотек, їх функції та завдання**

Уявіть собі майбутнє, де доступ до знань і культурної спадщини залежить від ефективності та функціональності електронних бібліотек. Вивчення функцій та завдань електронних бібліотек є не лише актуальним, але й важливим для формування сучасного інформаційного простору. Ми живемо в епоху, коли доступ до інформації стає все більш важливим для соціального, наукового та культурного розвитку. У цьому контексті вивчення функцій та викликів електронних бібліотек відіграє важливу роль у забезпеченні доступу до знань, збереженні

культурної спадщини та підтримці наукових досліджень.

Актуальність пов'язана з тим, що дослідження цієї теми розкриває новітні технології у сфері зберігання, пошуку та доступу до інформації. З соціально-політичної точки зору, розуміння функцій і завдань електронних бібліотек може сприяти розвитку освіти, досліджень та інформаційної культури. Ця тема є цікавою для студентів, оскільки розкриває важливі аспекти сучасної інформаційної інфраструктури та вплив електронних бібліотек на суспільство.

Дослідження також може бути спрямоване на виявлення переваг і недоліків використання електронних бібліотек з точки зору як користувачів, так і постачальників інформації. Ще однією метою є визначення найкращих моделей управління електронними бібліотеками з метою покращення доступності та різноманітності інформаційних ресурсів для користувачів. Такий аналіз може виявити ключові аспекти, які сприятимуть підвищенню якості освіти і досліджень, а також наданню громадськості ширшого доступу до цінної інформації.

Головна якісна відмінність НЕБ (національних електронних бібліотек) дозволяє виконувати її базову документально-комунікаційну функцію — в максимально зручному користувачеві режимі, забезпечуючи оперативний доступ до мережевих документів, який не обмежений ні часом, ні простором.

Похідними від цієї базової функції є: кумулятивно-меморіальна — функція максимально повного збирання та постійного зберігання національного репертуару електронних документів як моделі культурного надбання нації; соціокультурна — усунення «інформаційної нерівності» між окремими регіонами та верствами населення завдяки безперешкодному доступу всіх категорій користувачів до соціально значущої інформації; гідна інформаційна ідентифікація інтелектуального доробку України в глобальному Інтернет-просторі. [1, 3]

Електронна бібліотека – інформаційна система, яка складається з впорядкованого фонду електронних ресурсів, каталогу на цей фонд та комплексу апаратно-програмних засобів, що підтримують стабільне функціонування пошукової системи і дають можливість оперативного поповнення, реєстрації, довготривалого зберігання фонду електронної бібліотеки та розподіленого доступу до нього через мережу Інтернет. [2, 9]

За функціональною спрямованістю можна виділити два типи електронних баз даних: загальні та спеціалізовані. Загальні бази даних зберігають інформаційні ресурси з кількох областей знань і зазвичай використовують базовий набір інструментів, які дозволяють реалізувати стандартні функції інформаційної системи. З іншого боку, спеціалізовані бази даних зосереджені на зберіганні та забезпеченні доступу до інформаційних ресурсів у певних сферах.

Ці послуги є універсальними та пропонують більше, ніж просто

стандартні функції. Вони дозволяють використовувати нетрадиційні методи обробки та задовольняють конкретні потреби, такі як зберігання результатів експериментів і архівів, обробка часових і просторових даних, а також підтримка різних форматів введення та виведення, таких як карти, графіка, оцифровані фотографії та аудіозаписи.

Щодо новітніх технологій, що за моїми спостереженнями активно використовуються у роботі електронних бібліотек, зокрема і у ЕБ «Культура України» яка стала ключовим об'єктом моєї кваліфікаційної роботи є:

Сайт електронної бібліотеки передбачає формування зручного інтерфейсу для користувачів та коректного вказання адреси, за якою користувач може до нього звернутися. Навігація на сайті забезпечується за допомогою карти (мапи), що описує зміст електронної бібліотеки (інформаційні ресурси бібліотеки) та її функціональні можливості (сервіси бібліотеки). Мапа сайту скеровує до актуальної статичної інформації, що слугує для формування іміджу електронної бібліотеки і покликана здійснювати швидкий пошук необхідної інформації. Крім того, функціональність сайту повинна давати змогу накопичувати статистичну інформацію щодо роботи електронної бібліотеки: загальні статистичні дані щодо інформаційних ресурсів бібліотеки (кількісний та якісний склад ресурсів, динаміка їх зростання, розподіл ресурсів за підтемами); відомості з обслуговування користувачів (кількісний та якісний склад); дані про використання інформаційних ресурсів: кількість та тривалість відвідувань сайту користувачами; кількість читачів, які працюють з системою у цей час; ефективність використання ресурсів; статистичні відомості щодо обслуговування кожного користувача (кількість відвідувань); кількість використаних ресурсів, кількісна характеристика наданих послуг); кількісні та якісні характеристики функціонування системи (середня швидкість (час) доступу до сервера, середній час пошуку). [3, 4]

В основі проекту «Культура України» лежить інтегрована модель створення електронних бібліотек, що означає, що в рамках єдиного технічного середовища учасники проекту об'єднують свої ресурси, надаючи оцифровані версії повних текстів на основі профілів колекції, визначених форматів, технічних вимог і технологій.

Електронна бібліотека «Культура України» – це інтегрована інформаційна система (сайт), що включає в себе:

Колекції електронних ресурсів: каталог колекції електронних ресурсів; (Історія культури. Теорія культури. Культурологія, Мистецтво, Етнографія, Заклади культури); комплекс апаратно-програмних засобів, що підтримують стабільне функціонування пошукових систем і забезпечують швидке поповнення, реєстрацію, довготривале зберігання та розподілений доступ через мережу Інтернет до електронних бібліотечних фондів.

Ефективним методом збору статистичної інформації про свою роботу є сайт, який пропонує функціональні можливості для вимірювання та оцінки загальної продуктивності на основі різних параметрів, включаючи часові інтервали. Послідовний аналіз цих показників має вирішальне значення для отримання цінної інформації. Для підвищення ефективності електронної бібліотеки вкрай важливо налагодити ефективну роботу, оптимізувати процеси збору та покращити правила доступу. Варто зазначити, що ефективність функціонування електронної бібліотеки прямо пропорційна реалізації цих заходів. Включення мультимедійних документів також і ускладнює обробку інформаційного вмісту.

Використання електронної бібліотеки має кілька переваг. Однією з переваг є доступність, яку він забезпечує. Електронні книги можна легко отримати з будь-якого місця, де є підключення до Інтернету, що дозволяє користувачам зручно читати їх на своїх смартфонах, планшетах або комп'ютерах. Крім того, відсутність фізичних книг в електронній бібліотеці забезпечує можливість економії місця, що робить її ідеальним варіантом для тих, хто хоче звільнити місце у своїх домівках чи офісах.

Коли йдеться про пошук інформації, електронні бібліотеки пропонують ефективні системи пошуку, які дозволяють користувачам легко знаходити потрібну інформацію. Крім того, вибір електронних книг не лише сприяє екологічній стійкості, але й сприяє збереженню лісів за рахунок зменшення споживання паперу.

Деяким особам особливо може не подобатися відсутність відчуття фізичної книги, дотик і запах сторінок – може бути надважливою складовою для користувачів бібліотеки. Залежність від технологій, таких як смартфони, комп'ютери та електронні мережі, а також можливість втратити доступ до контенту через зміну умов користування або припинення роботи електронних бібліотек є значним недоліком ЕБ.

Сьогодні користувач витрачає лише кілька хвилин в мережі Інтернет на пошук і скачування необхідного видання. Доступність — ще одна із переваг електронного формату, що суттєво економить час і гроші читачів, проте водночас створює певні проблеми для видавничого бізнесу. [4, 11]

Окрім наведених переваг е-книга має чимало недоліків, і насамперед це, власне, пристрій для читання. Тривала робота з гаджетом негативно впливає на зір, тоді як якісний рідер доволі дорогий. Електронна книга потребує делікатного поводження, в разі пошкодження часто ремонт коштуватиме дорожче, ніж новий пристрій. Рідер також залежить від джерел енергії, що створює додаткові проблеми, приміром, на відпочинку в горах чи на пляжі, де важко знайти джерело живлення. Хоча акумулятори і сонячні батареї певною мірою вирішують цю проблему. [4, 11]

Щодо моделей управління електронними бібліотеками з метою покращення доступності та різноманітності інформаційних ресурсів для користувачів виділимо окремо визначення:

Управління інформаційними ресурсами – це сукупність дій, спрямованих на створення умов для цілеспрямованого та ефективного використання сукупності документів в інформаційній системі.

Сукупність документів або сукупність інформаційних продуктів в інформаційній системі певного призначення з певною метою, необхідна для забезпечення інформаційних потреб споживачів у певній сфері діяльності.

Такий собі, інтегрований підхід до управління інформаційними ресурсами має кілька етапів реалізації. Це планування, облік, управління, аналіз та оптимізація витрат для задоволення інформаційних потреб усіх підрозділів електронної бібліотеки.

У результаті дослідження було виділено такі структурні компоненти управління інформаційними ресурсами електронних бібліотек: інформаційний об'єкт, джерело інформаційних об'єктів, метадані, колекція ресурсів, представлення інформаційного об'єкту, представлення множини інформаційних об'єктів, управління інформаційним об'єктом, аналіз використання інформаційних ресурсів, політика, якість, пошук, навігація, агрегатор, відношення між інформаційними об'єктами, онтологія, зберігання ресурсів, профіль користувача. [5, 215]

У контексті електронних бібліотек онтологія використовується для каталогізації та організації інформації, класифікації та каталогізації джерел інформації, покращення пошукових запитів та фільтрації інформації, створення структурованих моделей знань для покращення семантичного пошуку та сприяють загальному покращенню організації та доступності інформації.

Отже, безпосередньо при використанні інформаційних об'єктів користувачі отримують доступ до них, натискаючи на пошукові форми або навігаційні посилання. У цей момент користувач пов'язаний з різними представленнями набору інформаційних об'єктів. Об'єкти, що формують цей набір, агрегуються (об'єднуються разом) з різних джерел.

А стосовно системної архітектури запуску середовища електронної бібліотеки виділяють сервер, репозиторій, базу даних, різні додатки, інтерфейси, утиліти, вебпортал, працівників, користувачів та ін. [5, 211]

До компонентів електронної бібліотеки і процесів ЕБ, відносять: сховища метаданих, методи зберігання ресурсів за ієрархією, криптографування, збірки і журнали в електронному вигляді, збір та розповсюдження інформаційних ресурсів, сканування інформаційних ресурсів, репозиторії, контроль авторських прав, пошук відомостей,

автоматизація ЕБ, ідентифікація і безпека, доставка електронних документів, портали, міжбібліотечний абонемент. [5, 211]

Підсумовуючи сказане можна наголосити, що з соціально-політичної точки зору, розуміння функцій та завдань електронних бібліотек може відігравати важливу роль у розвитку освіти, досліджень та інформаційної культури. Дослідження спрямоване на виявлення переваг і недоліків використання електронних бібліотек з точки зору як користувачів, так і постачальників інформації. Ще однією важливою метою є визначення найкращих моделей управління електронними бібліотеками з метою покращення доступності та урізноманітнення інформаційних ресурсів для користувачів. Такий аналіз може визначити ключові аспекти, які сприяють підвищенню якості освіти і досліджень, а також надають доступ до більш цінної інформації для широкої громадськості.

#### Список використаних джерел

1. А.А. Соляник. Корпоративна взаємодія як основа реалізації функцій Національної електронної бібліотеки, 2012 : препринт. URL: [http://eprints.rclis.org/18805/1/solanyk\\_elib.pdf](http://eprints.rclis.org/18805/1/solanyk_elib.pdf) (дата звернення: 04.05.2024)
2. Інформація та документація. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять : ДСТУ 7448:2013. — Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. — III, 41 с. — (Національний стандарт України) — Зі скасуванням в Україні ГОСТ 7.26–80 — Текст укр., рос., англ., фр. URL: <http://surl.li/mmoj>
3. Малиновський О. Б. Електронні бібліотеки: мультимедійна складова / О. Б. Малиновський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2014. – № 783. – С. 450-457. – Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/VNULPICM\\_2014\\_783\\_51.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULPICM_2014_783_51.pdf)
4. Зайцева С. Перспективи конкуренції української друкованої книги з електронною в інформаційному суспільстві. Вісник Книжкової палати. 2015. № 8. С. 11-13. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21NR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILEA=&2\\_S21STR=vkr\\_2015\\_8\\_4](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21NR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=vkr_2015_8_4)
5. Новицька Т. Л. Модель управління інформаційними ресурсами електронної бібліотеки наукової установи / Т. Л. Новицька, Я. С. Левченко // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2014. – Т. 39, вип. 1. – С. 209-221. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN\\_2014\\_39\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2014_39_1_20).

*Кузюк Ростислав  
здобувач НАКККіМ*

*Науковий керівник: Стронська Наталія Тарасівна,  
канд. історичних наук, в.о. директора наукової НАКККіМ*

### **Упровадження сучасних технологій у документаційне забезпечення КП «Муніципальна охорона»**

Документаційне забезпечення в управлінні та діяльності організацій відіграє критично важливу роль у забезпеченні ефективності та



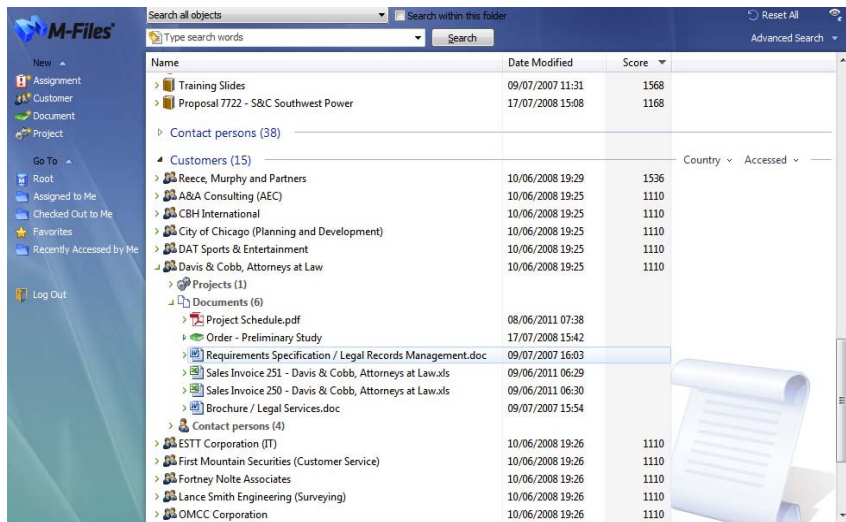
оперативності бізнес-процесів. У зв'язку зі стрімким розвитком технологій та змінами в робочих середовищах, впровадження сучасних інструментів та технологій у документальному забезпеченні стає необхідністю для підприємств усіх галузей, включаючи комунальні підприємства. Безпосередньо в КП «Муніципальна охорона» існує потреба у впровадженні сучасних технологій у документальне забезпечення для підвищення ефективності та оптимізації робочих процесів.

На сьогоднішній день у КП «Муніципальна охорона» документальне забезпечення складається переважно з паперових документів, що використовуються в різних відділах та підрозділах організації. Процеси обробки та обміну цими документами часто відбуваються вручну, що призводить до затримок та помилок.

Для оптимізації документального забезпечення у КП «Муніципальна охорона» необхідне впровадження системи управління документами (DMS). Мій вибір падає на програму M-Files, яка відома своєю простотою у управлінні та надійністю.

M-Files надає широкі можливості для організації, зберігання та пошуку документів. Вона дозволить автоматизувати процеси роботи з документами, встановити права доступу та забезпечити цілісність та безпеку інформації. Крім того, M-Files має інтуїтивний інтерфейс, що спростить навчання персоналу та підвищить його продуктивність.

Впровадження M-Files дозволить КП «Муніципальна охорона» покращити управління документами, зменшити затрати часу на обробку документів та підвищити ефективність роботи організації в цілому.



*Інтерфейс програми M-Files на ПК*

Ефективне впровадження сучасних технологій у документаційне забезпечення вимагає належного навчання та підтримки персоналу. Необхідно провести тренінги з користування новими програмними засобами та процедурами, а також забезпечити постійну консультативну підтримку у випадку потреби.

Впровадження сучасних технологій у документаційне забезпечення КП «Муніципальна охорона» є ключовим кроком для підвищення ефективності та оптимізації робочих процесів. Шляхи вдосконалення включають аналіз поточного стану, вибір та впровадження відповідних програмних засобів, навчання персоналу та забезпечення підтримки. Ретельно сплановані заходи з впровадження сучасних технологій документаційного забезпечення допоможуть забезпечити успішне функціонування у сучасному інформаційному середовищі.

Проте впровадження сучасних технологій може зіткнутися з кількома викликами. Наприклад, інтеграція нових технологій вимагає серйозних фінансових інвестицій для придбання необхідного програмного забезпечення, обладнання та навчання персоналу. Крім того, організація має забезпечити високий рівень комп'ютеризації для успішного впровадження нових технологій. Також може виникнути проблема з браком досвіду роботи з новими технологіями, оскільки персонал може бути недостатньо підготовлений для їх ефективного використання.

Виконання цих завдань передбачає наступні кроки. Спочатку необхідно ретельно вивчити поточний документообіг в організації, щоб виявити його проблемні місця.

Далі потрібно розробити план впровадження нових технологій, який враховуватиме особливості та вимоги організації. Після цього слід забезпечити фінансування для впровадження нових технологій, враховуючи витрати на придбання програмного забезпечення, обладнання та навчання персоналу. Паралельно необхідно організувати навчання персоналу щодо використання нових технологій. На завершення слід забезпечити постійну технічну підтримку нових технологій, щоб гарантувати їх ефективне використання та безперервність роботи.

#### **Список використаних джерел**

1. Оптимізація документаційного забезпечення за допомогою електронних технологій. URL: <https://id.gov.ua/sign>
2. Впровадження електронного документообігу в органах державної влади. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/10243620>
3. Використання хмарних технологій для оптимізації документообігу. URL: <https://buki.com.ua/blogs/xmarni-sxovishha-nevidjemna-castina-sucasnogo-informaciinogo-seredovishha/>
4. Електронний документообіг: теорія та практика. URL: <https://id.gov.ua/sign>
5. Хмарні технології для бізнесу. URL: <https://www.microsoft.com/uk-ua/education/higher-education/cloud-solutions>

*Лагута Александра Анатоліївна*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Добровольська Вікторія Василівна,*

*докторка наук із соціальних комунікацій, професорка НАКККіМ*

## **Онлайн-сервіси Укрпошти**

Укрпошта — це національний оператор поштового зв'язку України, який забезпечує широкий спектр послуг у сфері пересилання поштових відправлень, фінансових та інших послуг для населення та бізнесу. Заснована в 1994 році, Укрпошта є ключовим гравцем у поштової галузі країни та має широку мережу відділень по всій території України.

Діяльність АТ «Укрпошта» регламентується Законом України «Про поштовий зв'язок» від 4 жовтня 2001 року, іншими Законами України, а також нормативними актами Всесвітнього поштового союзу, членом якого Україна стала у 1947 році.

Сьогодні до складу Укрпошти входять 24 регіональні філії, Дирекція оброблення та перевезення пошти й «Автотранспошта».[3]

Поштова індексация України, за якою розподіляються відділення Укрпошти та їх ділянки обслуговування розроблена на основі п'ятицифрових кодів, та була затверджена наказом Державного комітету зв'язку та інформатизації України 18 листопада 1999 року. Поштові індекси в Україні присвоєні всім населеним пунктам незалежно від наявності чи відсутності в них відділень зв'язку.

Перші дві цифри поштового індексу в Україні змінюються від 01 до 99 (00 на перших двох позиціях не використовується), і позначають адміністративні одиниці державного підпорядкування. Наприклад індекс Києва починається з «01 — 06», Одеська область, «65 — 68»

Третя, четверта та п'ята цифри вказують номери підпорядкованих їм відділень зв'язку або населених пунктів. При цьому для позначення поштамтів використовуються індекси з нулями в третій-п'ятій цифрі («000»)

65001 — місто Одеса, поштамт;

65029 — місто Одеса, 29-те відділення зв'язку.

Завдяки індексуванню території, у кожного відділення є своя ділянка адрес, які вони обслуговують, наприклад, доставляють листи або ПВ з кур'єрською доставкою, виплачують пенсії, грошові перекази, тощо.

Знайти ВПЗ, яке обслуговує необхідну користувачу адресу, та переглянути, які саме послуги надає це відділення можна на сайті та за допомогою таких онлайн-сервісів Укрпошти, як мобільний застосунок або бот в месенджерах — «Viber», «Telegram» та «Facebook Messenger».

Застосунок має широкий спектр інструментів, які спрощують від-

правлення та отримання ПВ. До доступних функцій входить: попереднє оформлення відправлення, в якому можна вказати всі дані про адресата та відправника, сформувати трек-номер відправлення, завдяки чому час на відправку у відділенні набагато зменшується; розрахувати вартість майбутнього відправлення, користувач може ввести всі параметри ваги, розмірів ПВ, дальність відправки та дізнатись скільки буде коштувати доставка; переказ коштів як з карти на карту, так і з карти до відділення, тобто користувач може надіслати грошовий переказ до ВПЗ, на якому його видадуть адресатові або доставлять за адресою.

Для користувачів, які не хочуть або не можуть завантажити застосунок, Укрпошта запустила чат-бот — автоматична програма, на основі машинного навчання, за допомогою якої можна здійснювати комунікацію в текстовому форматі. Тобто «автовідповідач», шукає відповіді на запитання клієнтів. У чат-боті можна отримувати сповіщення про зміну статусу відправлення, давати їм назви, для легкого орієнтування, відстежувати відправлення та дізнатись тарифи на поштові послуги.

Як національний оператор поштового зв'язку Укрпошта має право випускати поштові марки, вони використовуються для оплати рекомендованих поштових відправлень, таких як листи та бандеролі. Після початку повномасштабного вторгнення, компанія почала випускати марки з ілюстраціями дотичними до подій, що відбуваються під час воєнних дій, що сприяло популяризації філателії та стало не просто хобі, а «креативною зброєю» проти ворога. Першою маркою в серії стала марка з ілюстрацією художника Бориса Гроха «Рускій воєнний корабель, іді...!». За даними онлайн-видання «Ukrainer», за два дні було продано 2 млн, з загального з загального накладу в 5 млн.[4] Вихід марки також підштовхнув благодійність, марку розігрували за внесок у благодійні фонди та продавали на аукціонах. Наприклад на благодійному аукціоні «Прозорро», марку продали за 5 млн гривень, а за три дні розіграшу від засновника компанії «Monobank», було зібрано 8 754 000 грн.

На сьогодні, Укрпошта випустила 29 марок, та супровідної сувенірної продукції, такої як конверти, листівки, футболки та ін., відсоток від продажу, яких іде до благодійних організацій.

На сайті присутній сервіс на якому можна замовити філателістичну продукцію та оформити абонемент, за яким для користувача резервується певна кількість лімітованої продукції.

Марки на підтримку української армії, набули великого розголосу та допомогли Україні розповсюдити інформацію та отримати підтримку від іноземних партнерів. З початку повномасштабної війни різні поштові оператори в 11 країнах випустили щонайменше 44 різновиди марок загальним накладом 4 млн екземплярів.

Онлайн-сервіси Укрпошти виявляються не лише зручним інстру-

ментом для надання послуг клієнтам, але й активною підтримкою національних ініціатив. Через онлайн-платформи клієнти можуть швидко й зручно придбати марки для листування чи пакування. Також здійснюється підтримка української армії, де частина коштів, отриманих від продажу спеціальних марок, спрямовується на підтримку військовослужбовців та забезпечення потреб Збройних Сил України.

Онлайн-сервіси відіграють ключову роль у поліпшенні доступності та зручності отримання поштових послуг. Ці сервіси дозволяють клієнтам легко відправляти та відстежувати відправлення через Інтернет, що значно спрощує процес та робить його більш ефективним. Більшість функцій, доступних українським користувачам онлайн, дозволяють швидко та зручно керувати своїми поштовими потребами. Це підкреслює важливість подальшого розвитку та вдосконалення онлайн-сервісів Укрпошти для забезпечення ще більшого комфорту та задоволення потреб клієнтів у майбутньому.

#### Список використаних джерел

1. Про затвердження та введення в дію системи п'ятизначної поштової індексації: Закон України від 18.11.1999 р. № N 849/4142. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0849-99#Text> (дата звернення: 30.04.2024)
2. Про поштовий зв'язок: Закон України від 03.11.2022 р. № 2722-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2722-20#Text> (дата звернення: 30.04.2024)
3. Укрпошта. Головна пошта країни : офіційний веб-сайт URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua> (дата звернення: 30.04.2024)
4. Ukrainer.: офіційний веб-сайт / Інна Крупник Поштові марки як креативна зброя : стаття. — 2022р. [Електронний ресурс] URL: <https://www.ukrainer.net/marky-zbroia/> (дата звернення: 30.04.2024)

*Неколюк-Сасса Дарія*  
здобувачка НАКККіМ

*Науковий керівник: Хіміч Ярослава Олегівна,*  
кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ

### **Упровадження інклюзії в діяльність бібліотек з метою підвищення їхньої ефективності як мультифункціональних закладів культури**

Упровадження інклюзії в роботу бібліотек є важливим кроком для забезпечення доступу до культурних та освітніх ресурсів всіма членами суспільства, незалежно від їхньої фізичної, психологічної або соціальної ситуації.

Аналіз сучасного стану діяльності публічних бібліотек в Україні свідчить про те, що наразі, на жаль, не всі категорії суспільства можуть повноцінно скористатися бібліотеками та бібліотечними послугами, зокрема, люди з порушеннями зору, слуху. Більшість бібліотеч-

них послуг є недоступними для людей цих категорій. Далеко не у всіх бібліотеках наявні книжки шрифтом Брайля, яким послуговуються у житті незрячі люди; відсутні аудіокнижки, які на сьогодні є популярними не лише серед людей з порушеннями зору, але й серед тих, хто має добрий зір; комп'ютери не оснащені програмами екранного доступу (скрінрідерами), якими в бібліотеці могли б скористатися люди з порушеннями зору; також веб-сайти бібліотек не завжди є інформаційно доступними для користувачів даної категорії, оскільки інформація на сайтах бібліотек часто подається у вигляді інфографіки (зображень, фото, картинок), яку скрінрідери не зчитують. Її треба прописувати текстом, щоб він був читабельним. Проте, варто відзначити, що все частіше на сайтах бібліотек встановлюються програми екранного збільшення, що масштабують задані області екрану або змінюють задані параметри тексту, заголовків, контрастність тощо.

Бібліотеки зобов'язані забезпечити доступ осіб з інвалідністю до інформаційно-комунікаційних технологій і мереж, зокрема до Інтернет. Що стосується нечуючих людей: в кожній бібліотеці повинен бути хоча б один працівник, який би володів жестовою мовою і зміг би надати будь-яку бібліотечну послугу людині з порушеннями слуху.

Працівники бібліотек повинні володіти компетентностями з роботи з людьми з інвалідністю. Це стосується не лише працівників спеціальних бібліотек, але й бібліотек загального користування.

Вище згадані проблеми слід розглядати насамперед в контексті інформаційної доступності, яка для користувачів бібліотек з порушеннями зору, слуху має важливе значення у їхньому культурному житті. Вище згадані норми викладені у статті №30 міжнародного нормативно-правового акту «Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю», яку Україна ратифікувала у 2009 році [1].

На нашу думку, надаючи бібліотечні послуги, по можливості потрібно враховувати потреби всіх категорій користувачів, в тому числі з інвалідністю. Вважаємо, що вивчення іноземного досвіду роботи сучасних бібліотек на предмет інклюзивних бібліотечних послуг, допоможе вирішити ці питання, втіливши інноваційні підходи в їхню діяльність.

Серед основних шляхів зі створення бібліотечної інклюзії відзначимо наступні:

Створення доступного середовища. В цьому плані бібліотеки повинні бути придатними для використання усіма, включаючи людей з обмеженими можливостями. Це означає наявність пандусів, широких дверей, підйомних платформ, а також відповідної меблі, обладнання.

Розробка адаптивних програм, що передбачає створення програм, які враховують потреби різних груп користувачів, таких як люди з інвалідністю, міграційних фондів, люди похилого віку тощо. Це може бути адаптація програм для зручності використання, аудіокниги, під-

ручки в форматі Браїля, переклади на мови меншин.

Навчання персоналу. Персонал бібліотеки повинен бути підготовлений до роботи з різними користувачами та їхніми потребами. Це включає навчання про доступність, специфічні потреби користувачів з обмеженими можливостями та способи надання допомоги.

Партнерство з місцевими організаціями. Співпраця з організаціями, які працюють з різними групами населення, може допомогти бібліотеці краще розуміти потреби цих груп та розробляти відповідні програми та послуги.

Розширення асортименту фондів. Розширення колекцій бібліотеки, щоб вони включали матеріали, які відображають різноманітність культур, мов та ідентичностей. Це може включати книги, фільми, музику та інші ресурси, які відповідають потребам різних груп користувачів.

Впровадження цих заходів допоможе бібліотекам стати більш ефективними та мультифункціональними закладами культури, що обслуговують всіх членів суспільства.

Лише якісно надані послуги привертають увагу більшості користувачів. Від цього залежить імідж бібліотек та їхня актуальність як закладів культури.

#### **Список використаних джерел**

1. Конвенція про права осіб з інвалідністю. Офіційний переклад Конвенції надісланий листом Мінсоцполітики № 8006/0/2-23/61 від 19.06.2023.  
[https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_g71#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71#Text) (дата звернення 01.05.2024)

*Полівець Владислава Сергіївна*  
здобувачка Київського національного  
університету культури і мистецтв.

*Науковий керівник: Тимченко Юлія Вікторівна,*  
кандидат економічних наук, доцент Київського  
національного університету культури і мистецтв

### **Аналіз зарубіжного досвіду управління інноваційним розвитком у сфері культури**

Інноваційна діяльність у галузі культури – важлива та невід’ємна складова національного господарства, об’єктом якої є культурні інститути та сфери діяльності, що існують з метою задоволення потреб суспільства у матеріальному та духовному середовищі, що сприяє формуванню та розвитку людської особистості. Довгий час сфера культури розглядалася відокремлено від інших видів економічної діяльності з вищою інноваційною озброєністю, і більшою мірою визнавалася збитковою та непродуктивною галуззю [1, с.102].

Культурний сектор завжди був важливим для зарубіжних держав, вносячи внесок не лише у соціальну згуртованість та різноманітність Європи, а й у її економіку, становлячи 1,4 % від загального ВВП ЄС та 0,7 % робочої сили ЄС.

Підтримка культурного та творчого секторів у Європі здійснюється на основі програми Creative Europe («Креативна Європа» на 2021 – 2027 роки). Програма Creative Europe складається з Creative Europe CULTURE (Креативна Європа) і Creative Europe MEDIA (аудіовізуальні), а також міжгалузевих підпрограм.

Програма «Креативна Європа» ставить спільну мету для культурного та творчого секторів. Особлива увага приділяється транснаціональній творчості, глобальному поширенню та просуванню європейських творів, інноваціям у всіх секторах та простоті доступу до фінансування за рахунок більш високих ставок співфінансування ЄС. Усі фінансовані дії та проекти повинні поважати гендерну рівність та екологічні зобов'язання ЄС при розробці та реалізації своєї діяльності.

Програма «Креативна Європа», у свою чергу, включає підпрограму «Культура», спрямовану на те, щоб допомогти культурним та творчим організаціям працювати на міжнародному рівні, сприяти транскордонному поширенню творів культури та підтримувати мобільність учасників культури. Вона надає фінансову підтримку проектам європейського рівня, спрямованим на транскордонний обмін культурним контентом. Можливості фінансування охоплюють широке коло тем: проекти співробітництва, художній переклад, мережі та платформи.

Заявлені цілі Creative Europe:

- підтримувати створення європейських творів та допомагати культурному та творчому секторам використовувати можливості цифрової доби та глобалізації, щоб реалізувати свій економічний потенціал, сприяючи сталому зростанню, створенню робочих місць та соціальної згуртованості;

- просувати конкурентоспроможність та інновації європейської аудіовізуальної індустрії та допомагати європейським культурним та медіа-секторам отримати доступ до нових міжнародних можливостей, ринків та аудиторії;

- просувати міжгалузеві інноваційні рішення, різноманітні, незалежні та плюралістичні ЗМІ [2].

Велику популярність у європейських інститутах має ЕССІА – ключовий партнер з усіх питань, що стосуються фінансування високотехнологічної культурної та творчої індустрії. Європейський альянс культурних та творчих індустрій (ЕССІА) складається з шести європейських організацій культурних та творчих індустрій: Altgamma (Італія), Circulo Fortuny (Іспанія), Comité Colbert (Франція), Gustaf III Kommitte (Швеція), Meisterkreis (Німеччина) та Уол Великобританія. Вони представляють понад 600 брендів та культурних установ.



ЕССІА здійснює фінансування інновацій у ЄС для творчих підприємств, пропонуючи їм легший доступ до коштів у 2,3 млрд євро, виділених на культурний та творчий сектори, з метою стимулювання економічного та інноваційного зростання та зайнятості населення ЄС. За словами президента ЕССІА, «інновації – одна із ключових сильних сторін висококласного культурного та творчого секторів. ЕССІА допоможе поєднати підприємства та підприємців з необхідними інструментами, що дозволяють використовувати величезний потенціал та різноманітність наших галузей та дозволити їм процвітати».

Фінансування інноваційних досліджень, нових знань та інноваційних рішень у соціокультурній сфері здійснюється у рамках програми ЄС Horizon Europe, бюджет якої на 2021 – 2027 роки оцінюється близько 95,5 млрд євро.

Далі розглянемо практику та успіхи управління інноваційним розвитком в окремих державах.

Якщо звернутись до досвіду Німеччини, де проблемою інноваційного розвитку сфери культури займається департамент з питань культури канцелярії сенату (Senatskanzlei – Kulturelle Angelegenheiten), то можна помітити, що в Німеччині в культурних індустріях зайнято загалом близько 1,2 млн осіб. Більшість із них – близько 472 000 осіб – працюють в індустрії програмного забезпечення та ігор. При порівнянні галузі у масштабах Німеччини у сфері культури зайнято приблизно вдвічі більше людей, ніж у секторі фінансових послуг. Загалом у Німеччині налічується близько 259 000 компаній у сфері культури та творчості. Оборот всього ринку культури та творчості становив близько 174,1 млрд євро [3, с.30].

Претендуючи на світове лідерство в галузі фінансування креативних індустрій, уряд Люксембургу створює «Вільний порт», який не тільки стане «кластером мистецтва та фінансів», але підштовхне інтерес населення Люксембурга до сфери культури та зробить внесок у розвиток креативної економіки.

Вільний порт Люксембургу позитивно вплине на фінансовий, логістичний, ІКТ та культурний сектори Люксембургу і сприятиме розвитку економіки Люксембургу з точки зору:

- центру обробки даних для цифрових активів (музика, фільми, вивтори мистецтва, електронні книги тощо);
- залучення онлайн-компаній у художній простір;
- нових художніх підприємств у Люксембурзі;
- нових фінансових продуктів та послуг;
- нових фінансових гравців;
- нових логістичних послуг тощо.

Далі зупинимось на культурному секторі, який є одним із пріоритетних напрямів для економіки Італії. Культурний і творчий сектори Італії найбільше постраждали від нинішньої кризи, викликаной коро-

навірусом (COVID19), а також через крайню фрагментацію сектора, в якому надзвичайно висока частка малих і мікропідприємств та індивідуальних фрілансерів. Нинішня криза надає можливість розробити повноцінний стратегічний підхід до культури як ключового фактору розвитку в Італії. Досі основна увага в політиці приділялася конкретним областям, таким як культурний туризм, або ключовим секторам креативної індустрії, таким як мода, дизайн чи індустрія смаку. Криза наголошує на необхідності більш екосистемного погляду на культуру, який посилює синергію всередині сектора та у всій економіці. Можна подумати про потенціал інноваційних цифрових технологій, таких як доповнена чи віртуальна реальність, для спадщини, музеїв та архівів та у більш загальному плані для економіки, заснованої на культурі. Ще однією областю з потенціалом зростання слід назвати гейміфікацію та цифрову взаємодію для розробки нових освітніх моделей та моделей навчання протягом усього життя, а також для цивільного краудсорсингу. Ще один потенціал, який необхідно вивчити, – це роль соціального театру, музики та образотворчого мистецтва у зміцненні здоров'я та благополуччя.

Фундаментальною частиною сектору культури Сполученого Королівства залишається театральна промисловість. Лондонський театральний район, або Вест-енд – це район у центрі Лондона з найбільшою концентрацією комерційних театрів. Поряд із Бродвеем у Нью-Йорку, це один із найпопулярніших театральних районів для англомовних вистав у світі. Мюзикли – найпопулярніша форма театру, що демонструє найвищі показники відвідуваності вистав у Лондоні. Мистецтво та культурні галузі в Англії отримують державне фінансування через Раду з мистецтв Англії. Театр є одним з найбільш субсидованих видів мистецтва в Англії, хоча театральні організації, що субсидуються, в основному отримують більшу частину свого доходу за рахунок власної торгівельної діяльності. Наприклад, Королівський національний театр, один із найбільш фінансованих державою театрів у Великій Британії, також отримує значні доходи за рахунок касових зборів.

Отже, інноваційний розвиток у світовому секторі мистецтва та культури зазнає і цифрової трансформації. За останнє десятиліття світовий сектор мистецтва і культури поступово почав миритися з оцифруванням. Однак 2020, ймовірно, запам'ятається як рік, що прискорив процес виходу в Інтернет. Через надзвичайні обмеження, введені під час пандемії коронавірусу (COVID-19), музеї та галереї, кінотеатри, музичні клуби та різноманітні культурні об'єкти по всьому світу були закриті на кілька місяців. Вимушені залишатися ближче до публіки, багато культурних установ звернулися до Інтернету, намагаючись взаємодіяти зі своєю аудиторією, пропонуючи більше онлайн-заходів та віртуальних заходів.

### Список використаних джерел

1. Данилова, В. Спеціальні художні події в процесі створення та трансляції сучасної культури. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку, 2022. № 12. С. 100-103
2. Скавронська І.В. Тенденції розвитку креативних індустрій в країнах Європейського Союзу. Молодий вчений. 2016. № 4. С. 201-204 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_4\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_50).
3. Соболев Т. Інноваційна культура як основа розвитку сучасного суспільства. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. 2020. Вип. 4. С. 29–32.

*Проць Оریся Володимирівна*  
здобувачка Київського національного  
університету культури і мистецтв.

*Науковий керівник: Воронова Вілена Володимирівна,*  
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри  
зв'язків з громадськістю і журналістики  
Київського національного університету культури і мистецтв

### **Бренд-орієнтована реклама: сутність та місце в системі комунікацій бренду**

Реклама – це те, без чого на сьогодні не може обійтися жодний бренд. Для того, аби стати рекламою самім собі, необхідно пройти довгий та кропіткий шлях, бажано, аби початок був стрімкий, впевнений та успішний.

Нові бренди мають слабший попит на продукцію, оскільки в будь-якій ніші вже є аналоги, які можуть створювати гідну конкуренцію, за якістю, чи ціновим критеріям, тощо.

На допомогу приходять реклама – вона завжди була, є та буде актуальною для будь якого бізнесу та бренду, оскільки вклад в рекламу зазвичай окупається, за рахунок приведення нових клієнтів.

Іміджева реклама включає в себе такі види діяльності, як відео, текст і банери, які безпосередньо не продають товари або послуги.

Основна мета – створити певний імідж бренду в очах аудиторії та підвищити впізнаваність. Саме цей вид реклами залишається у свідомості людей і створює певний зв'язок з компанією протягом багатьох років. Саме так ми пам'ятаємо, що Red Bull надихає, а молоко вдвічі смачніше, ніж Milky Way.

Іміджева реклама важлива не лише для стимулювання продажів, але й для створення довгострокової цінності бренду. Вона допомагає будувати репутацію бренду та відносини з клієнтами і може бути ключовим фактором довгострокового успіху [3].

1998 рік можна визначити як етап зародження та консолідації брендингу в Україні. У цей період українська економіка пережила ряд кризових явищ, які призвели до значного зростання курсу національ-

ної валюти та підвищення цін на всі відомі споживачам міжнародні бренди.

Бренди на українському ринку розвиваються в позитивному напрямку. Найактуальнішим завданням для України сьогодні з точки зору брендингу є збереження та успішний розвиток українського бренду, створення та розвиток нових брендів та створення глобального бренду країни «Україна» з позитивним іміджем.

Для цього необхідно підготувати власні кадри фахівців з бренд-менеджменту та реклами, а також поєднати досвід міжнародних компаній, які досягли значних успіхів у цій сфері.

Брендинг об'єднує творчі зусилля рекламодавців, рекламних агентств, торгових компаній і посередників для впливу на імідж бренду – персоніфікований, позитивний образ торгової марки, заснований на наукових результатах маркетингових досліджень – у свідомості споживачів у великих масштабах [1, с. 11].

Форма повідомлення в бренд-комунікації залежить від використаного каналу, а його зміст – від потреб і характеристик цільової аудиторії. Поняття каналу в бренд-комунікації є багатограним.

У широкому сенсі воно стосується реклами, зв'язків з громадськістю, продажу та обслуговування клієнтів. Більш детальний аналіз дозволить виявити різні засоби комунікації, такі як веб-сайт компанії, рекламні оголошення, друковані матеріали та брошури.

Останні впливають на такі канали сприйняття, як візуальний, слуховий та сенсорний.

В рамках ідеальної моделі комунікації бренду всі канали повинні відповідати принципу інтеграції, оскільки існує прямий зв'язок між кількістю каналів сприйняття, які мобілізують бренд, і цінністю продукту [4, с.57].

Варто пам'ятати, що в цифровому світі найбільш доцільним буде використання інтернет-реклами.

Реклама в інтернеті дає можливість абсолютно безкоштовно публікувати інформацію не тільки в соціальних мережах, а й на форумах на теми, близькі до вашої сфери бізнесу.

Важливо також створити сайт компанії. Цей варіант використання Інтернету вважається найефективнішим, але для досягнення результатів підприємці повинні в першу чергу просувати свій бренд за межами віртуального світу [2].

Отже, як ми бачимо, впізнаваність бренду у регіоні, чи на більш широку аудиторію вимагає в будь-якому випадку зусиль, які будуть спрямовані на рекламу, та її просування, адже без цього бренд не зможе якісно співіснувати на ринку з іншими бізнесами, оскільки доступ до створення власного бренду у 21-му сторіччі окрім переваг також надає виклики.

### Список використаних джерел

1. Амосов О. Ю, Діденко Н. В, Лебедева К. Ю. Брендинг як основний інструмент маркетингу в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 12. С. 10–12.
2. Бізнес-UA!. Бізнес-UA!. URL: <https://biznesua.com.ua/sposobi-poshirennya-reklami/> (дата звернення: 24.04.2024).
3. Іміджева реклама у просуванні бренду. Я тестую. URL: <https://itest.com.ua/statti/imidzheva-reklama-u-prosvuvanni-brendu/> (дата звернення: 24.04.2024).
4. Лялюк А. М. Бренд-маркетинг: конспект лекцій. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенерго-софт», 2021. 88 с.

*Пустовойт Валерія Володимирівна*  
здобувачка Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка

*Дьяченко Роксолана Вікторівна*  
кандидат мистецтвознавства,  
доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка  
[r.diachenko@kubg.edu.ua](mailto:r.diachenko@kubg.edu.ua)  
<https://orcid.org/0000-0002-8177-2357>

### Просування закладів харчування за допомогою SMM-інструментів

У сьогоденні можна описати різні інструменти просування в соціальних мережах, де можна детально проаналізувати їхню роль, переваги та недоліки в контексті просування закладів харчування. Також розповісти про вдалі види рекламних каналів для просування, зокрема, які платформи або підходи є найбільш ефективними для досягнення цілей дослідження.

Один із найважливіших пунктів для промоції – це цільова аудиторія, на кого має розраховуватися різні промоції та рекламні звернення. Визначення цільової групи є важливим кроком у розробці стратегії для підприємств громадського харчування. Для виконання цього завдання важливо провести аналіз, який включає визначення та розуміння основних характеристик і потреб потенційних клієнтів. Важливою частиною цього процесу є проведення детального маркетингового аналізу гастрономічного ринку з урахуванням ключових гравців, тенденцій та поведінки споживачів. Оскільки на ринку конкурентів є велика кількість ресторанів, і його аналіз є важливим кроком [4].

Спостерігаючи за клієнтурою ресторанів конкурентів, визначаючи їхніх основних клієнтів і виокремлюючи їхні унікальні сильні сторони, можна розробити стратегії, які виокремлять їх серед подібних закладів. Демографічні показники, такі як вік і регіон, є важливими для таргетування рекламних повідомлень [3]. Врахування психографічно-

го профілю цільової аудиторії, таких як інтереси, спосіб життя, цінності та вподобання, може допомогти вам зрозуміти, як ваші продукти та послуги впливають на їхній повсякденний спосіб життя. Також дуже корисно спостерігати за поведінкою потенційних клієнтів, коли вони обідають або відвідують різні заклади. Це дозволяє краще зрозуміти їхні очікування та вподобання, що, в свою чергу, може визначити напрямок розвитку вашого магазину та підвищити його привабливість для цільових клієнтів.

Також розбираємо наукову літературу стосовно обраної теми – промоції закладів. Наступним важливим кроком є потрібний та привабливий контент. Для створення SMM стратегії на першому плані є розробка, створення та пошук контенту. Стратегія SMM включає в себе раніше розібрану тему про аудиторію, тобто розуміння аудиторії допомагає визначити, який контент вони сприймають найкраще. Наприклад, якщо аудиторія – молодь, вона, можливо, більш зацікавлена в мемах і відповідному гуморі, ніж в серйозних статтях. Для стратегії важливо обрати тип контенту. Різноманітність контенту важлива для привертання уваги аудиторії. Відео, зображення, текстові пости, інфографіка, опитування – усе це може бути використано в стратегії SMM. Кожна соціальна мережа має свої унікальні особливості і аудиторію. Наприклад, Instagram популярний серед молоді та візуально орієнтований, тоді як LinkedIn використовується для професійних мереж і бізнесу. Тому контент повинен відповідати характеру платформи. Контент повинен бути цікавим, корисним і залучаючим для аудиторії. Він може включати такі елементи, як освітні матеріали, поради, історії успіху, інтерв'ю з клієнтами тощо. Не мало важливо визначення оптимального часу для публікації контенту може значно покращити його досяжність і взаємодію. Потрібно аналізувати аналітику соціальних мереж, щоб з'ясувати, коли ваша аудиторія найбільш активна. Контент також може бути використаний для залучення аудиторії до діалогу і взаємодії. Залучати підписників до коментування, лайків, репости та участі в конкурсах. У SMM стратегії контент повинен відображати стиль і цінності бренду. Використовувати корпоративні кольори, шрифти і теми, щоб забезпечити консистентність. Якщо можливо, надайте перевагу візуальному контенту, так як він зазвичай привертає більше уваги і легше сприймається. Звичайно потрібно постійно відстежувати реакцію аудиторії на контент і вносити зміни в стратегію на основі отриманих даних. Одне з головних в SMM стратегії – експерименти та інновації, варто не боятись спробувати нові формати і ідеї контенту. Одним з найважливіших аспектів цікавого контенту є його здатність створювати емоційний зв'язок з аудиторією [1]. Це дозволяє відвідувачам не лише зацікавитися, але й стати постійними клієнтами, що робить цікавий контент важливим інструментом формування лояльності. Заклади активно використовують Instagram та TikTok як кана-

ли поширення контенту для привернення уваги та взаємодії зі своєю аудиторією. Завдяки регулярним публікаціям на їхній сторінці в Instagram з'являються цікаві фотографії їжі, інтер'єрів та подій. Ці продумані композиції дозволяють аудиторії не лише скуштувати страви ресторану, але й відчутти унікальну атмосферу [2].

TikTok, з іншого боку, використовує короткі динамічні відео, що демонструють процес приготування їжі у фірмовому стилі. Ці вірусні відео є не лише ефективним засобом привернення уваги, але й просування бренду серед молоді та шанувальників кулінарного досвіду. Використання різних платформ дозволяє взаємодіяти з різноманітною аудиторією та створювати різноманітний контент, який відповідає інтересам і запитам різних груп користувачів. Такий підхід позитивно позначився на взаємодії з клієнтами, підтримці та розвитку іміджу закладів [3].

Також детально потрібно розписати саме рекламні звернення на різних рекламних каналах. Розібрано теле-рекламу, рекламу out of home, та звичайно інтернет рекламу. Однією з ефективних стратегій є використання реклами у соціальних мережах, де створення привабливих сторінок, регулярне публікування якісних фото та відео, проведення конкурсів та взаємодія з популярними блогерами можуть значно розширити аудиторію та підняти інтерес до закладу.

Останнім є пропозиції як саме в майбутньому краще просувати заклад харчування. Очікується значне зростання ключових показників у стратегії соціальних медіа (SMM) та загального просування закладів. Ретельно розроблені стратегії в соціальних мережах та інноваційні методи просування, як очікується, значно підвищать популярність ресторану та взаємодію з його аудиторією. За допомогою розширеної SMM-стратегії очікується збільшення кількості підписників та фоловерів у соціальних мережах, що створить сильну спільноту прихильників бренду. Крім того, регулярне оновлення цікавого контенту допоможе підтримувати інтерес аудиторії та залучати нових клієнтів. Активна участь у тематичних челенджах та розіграшах, повинна збільшити взаємодію з широкою громадськістю, розвине власну спільноту бренду та просуватиме бренд серед широкої аудиторії. Крім того, розширення рекламних кампаній та впровадження креативних рекламних форматів сприятиме підвищенню уваги до бренду та його пропозицій серед цільової аудиторії [5].

#### Список використаних джерел

1. Вебінар «Тренди фуд індустрії». URL: [https://youtu.be/VPGQgGjnzjk?si=r2nI\\_XzrUqNMiTSI](https://youtu.be/VPGQgGjnzjk?si=r2nI_XzrUqNMiTSI) (дата звернення 15.04.2024).
2. Блог Ніла Пателя про різні аспекти інтернет-маркетингу та просування в мережі. URL: <https://neilpatel.com/blog/> (дата звернення 09.04.2024).
3. Маркетингові стратегії на платформах соціальних мереж. URL: [https://www.researchgate.net/publication/367485227\\_Marketing\\_Strategies\\_on\\_Social\\_Media\\_Platforms](https://www.researchgate.net/publication/367485227_Marketing_Strategies_on_Social_Media_Platforms) (дата звернення 10.04.2024)
4. Суть та види конкурентних переваг підприємства. URL: <http://www.market->

- infr.od.ua/journals/2020/49\_2020\_ukr/21.pdf (дата звернення 12.04.2024).
5. Як визначити цільову аудиторію. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/> (дата звернення 09.04.2024).
6. «Digital Marketing: A Practical Approach» by Alan Charlesworth (Routledge, 2018).

*Сапожнікова Дар'я*  
*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Стронська Наталія Тарасівна,*  
*кандидат історичних наук, в.о. директора*  
*наукової бібліотеки НАКККіМ*

## **Інформатизація діяльності органів місцевого самоврядування в Україні**

На сьогодні в Україні без якісного інформаційного забезпечення неможливе повноцінне функціонування органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Інформаційні та комунікативні технології проникли в усі сфери діяльності і покликані забезпечувати накопичення та використання знань. Вони стали тією рушійною силою, на яку спирається політико-економічний та технологічний розвиток світової спільноти.

Інформація виступає основним об'єктом інформаційного суспільства який відображає реальну дійсність та інтегрується у більшість напрямків діяльності держави, суспільства, громадянина [1]. Від якості та достовірності інформації, оперативності її одержання залежать швидкість і правильність прийняття численних рішень – від глави держави до простого громадянина.

Закон України «Про інформацію» визначає перелік сфер, де інформація має місце. Це суспільство, держава та навколишнє природне середовище. Відповідно до цього закону «інформація – будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді», встановлено поняття захисту інформації та порядок доступу до неї [3].

Процес інформаційної роботи по забезпеченню посадовців відомостями необхідними для вирішення покладених на них завдань представляє собою сукупність послідовних операцій, що включає реєстрацію, передачу, накопичення, зберігання, обробку та видачу інформації, які дозволяють швидко знайти у великому об'ємі інформації потрібні відомості.

Інформатизація державного управління передбачає інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності центральних органів влади на рівні Адміністрації Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України та органів місцевого самоврядування.

Важливим напрямом інформаційної роботи є інформаційно-



аналітична діяльність (ІАД). Використовується переважно у сферах інформаційної управлінської, політичної та економічної діяльності та пов'язаний з виявленням, опрацюванням, збереженням та поширенням інформації.

Інформаційно-аналітичне забезпечення органів державної влади та органів місцевого самоврядування – це процес, завдяки якому створюються оптимальні умови для задоволення інформаційних потреб а також реалізації посадових обов'язків ОДВ в основі яких є формування та використання інформаційних, комунікативних технологій та інформаційних ресурсів.

Важливим аспектом є правильна організація діловодства та архівного зберігання документів у державних органах та органах місцевого самоврядування, що визначені Правилами організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях.

Робота органів місцевого самоврядування має узгоджуватися із ритмом життя суспільства та відповідати його запитам. Для забезпечення чіткої взаємодії між населенням, підприємствами, установами, організаціями й ОМС сьогодення вимагає впровадження електронної системи документообігу, яка забезпечуватиме обмін документами між усіма структурними підрозділами.

Швидкість розвитку технологій у сучасному світі доводить, що цифрова трансформація стає необхідністю. Впровадження електронного документообігу є неодмінним компонентом диджиталізації для українських громад, що спрощує десятки аспектів повсякденної діяльності.

Закон України «Про електронні документи і електронний документообіг» був прийнятий ще у 2005 році, а зі зміною політичної та економічної ситуації в країні в цей закон вносяться відповідні зміни та доповнення. Відповідно до цього закону «електронний документообіг (обіг електронних документів) – сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів. Порядок електронного документообігу визначається державними органами, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами та організаціями всіх форм власності згідно з законодавством» [2].

Перевагами електронного документообігу, в порівнянні з паперовим – є планування діяльності підприємства, установи, організації облік та контроль на всіх етапах управління, виведення на новий рівень – комплексного підходу, системного аналізу та прогнозування.

Позитивним є той факт, що електронні документи можна створювати, редагувати, затверджувати, використовувати та зберігати в єди-

ному електронному інформаційному просторі, уникаючи плутанини та втрати інформації, скорочуються витрати на папір, друк та зберігання фізичних документів.

На ринку існує широкий вибір готових систем електронного документообігу (СЕД) для оптимізації роботи громад. Серед платних сервісів найбільш популярними в Україні є сервіси електронного документообігу М.Е.Дос (від компанії Укрзвіт), ВЧАСНО, Document.Online, Арт-Офіс, Comarch EDI, FossDoc та ще близько 10 продуктів. Також Створено спеціальну стандартизовану платформу для обміну електронними документами ПТАХ.

Наприклад, технічна підтримка користувачів (працівників) секретаріату Київської міської ради забезпечується інформаційно-телекомунікаційною системою електронного документообігу «АСКОД» [5].

У важких умовах сьогодення повноцінне функціонування органів державної влади та органів місцевого самоврядування сьогодні є неможливим без належного їх інформаційного забезпечення. Для оптимізації прийняття управлінських рішень створено систему інформаційно-аналітичного забезпечення (СІАЗ).

Система інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади безпосередньо пов'язана із впровадженням в Україні електронного уряду та електронного урядування (Е-уряд; Е-урядування). «Е-уряд» та «Е-урядування» зводиться до електронного спілкування влади з громадськістю, точніше організації державного управління на основі засобів обробки передачі та розповсюдження інформації з метою надання послуг державних органів всіх гілок влади усім категоріям громадян.

Впровадження системи Е-уряду передбачає надання адміністративних послуг органами державної влади і місцевого самоврядування через інформаційні технології (ІТ). Центри надання адміністративних послуг (ЦНАП) почали створюватися у 2013 році та мали на меті полегшення процесу отримання громадянами адміністративної послуги через звернення лише до однієї установи ЦНАП. ЦНАП створюються місцевими радами та місцевими державними адміністраціями для обслуговування фізичних та юридичних осіб та надають більше 420 адміністративних послуг [4].

На сучасному етапі розвитку України необхідна науково обґрунтована зміна принципів інформаційного забезпечення всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування, демократизація і відкритість самої державної влади.

Побудова сучасного інформаційного суспільства не можлива без поєднання нашої країни зі світовим інформаційним простором. Важливою тенденцією є розбудова інформаційного суспільства та прагнення органів державної влади та органів місцевого самоврядування

до забезпечення відкритості та прозорості їх роботи, демократизації виборчого процесу.

Для ефективної роботи інформаційно-технологічних та аналітичних служб необхідно узгодження їх дій на міжрегіональному та державному рівнях та створення єдиного інформаційно-аналітичного простору для вирішення поставлених задач у стислі терміни та досягнення позитивного результату.

#### **Список використаних джерел**

1. Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2014. 417 с.
2. Закон України «Про електронні документи і електронний документообіг» від 2003 р. № 36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення 01.05.2024)
3. Закон України «Про інформацію» від 13.11.1992 р. № 48. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення 01.05.2024)
4. Розпорядження КМУ «Деякі питання надання адміністративних послуг через центри надання адміністративних послуг» від 16.05.2014 р. № 523-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/523-2014-%D1%80#Text> (дата звернення 01.05.2024)
5. Сайт Київської міської ради. URL: <https://kyivcity.gov.ua> (дата звернення 01.05.2024)

*Солощенко Ліана Євгенівна*  
*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Шереметьєва Вікторія Вікторівна,*  
*старший викладач кафедри артменеджменту*  
*та івент-технологій НАКККіМ*

### **Тенденції розвитку публічних бібліотек як соціокультурних центрів (на прикладі комунального закладу «Ситковецька публічна бібліотека Райгородської сільської ради)»**

Реалії сьогодення призвели до трансформацій в інформаційному та культурному середовищі України. Суттєві зрушення зумовили зміни в структурі та напрямках діяльності усіх суб'єктів галузі, в тому числі й публічних бібліотек, спонукали до пошуку нових форм та методів роботи з усіма верствами користувачів. Сучасна бібліотека, як джерело загальнодоступної інформації та культури, позиціонує себе як центр життєдіяльності громади, забезпечує суспільні комунікації, орієнтується на виконання важливих завдань виховання, просвітництва, інтелектуального та культурно-духовного розвитку особистості усіх членів.

Соціокультурна діяльність бібліотек – це сукупність процесів, спрямованих на задоволення потреб суспільства у доступі до знань, культурних цінностей та інформації, а також на підтримку його розвитку, формування громадянської та культурної ідентичності. Українські вчені вивчають це поняття з різних ракурсів, зокрема, аналізуючи роль

бібліотек у формуванні культурного простору (М. Колодій М., О. Матвеева), розвитку освіти (Л. Лупіка), забезпеченні інформаційної доступності (В. Загуменна, О. Кузьменко), а також їхні взаємодії з суспільством та культурним середовищем (О. Матвійчук) та ін. [2 – 6].

Як суб'єкт культуротворчого життя сучасна бібліотека має велике значення у розбудові суспільства знань, володіє потужним потенціалом для реалізації власної місії. Наразі, це не лише місце зберігання книг, але й інформаційне та творче середовище, що сприяє налагодженню широких суспільних комунікацій, розвитку інтелектуальних, освітніх та культурних інтересів громади [6].

Проведений нами аналіз діяльності бібліотек дозволив виявити пріоритетні напрямки, серед яких: інформаційне обслуговування; забезпечення доступу до інформаційних ресурсів (як на традиційних, так і на електронних носіях); підтримка навчально-освітніх ініціатив, процесу виховання та формування гармонійної особистості; активізація творчості; організація змістовного дозвілля та відпочинку.

Сучасні реалії визначили якісні зміни в структурі та змісті роботи бібліотек. Трансформація бібліотек від інформаційних установ до центрів громадського життя, змістовного дозвілля, творчості і культурних комунікацій місцевих громад є визначальним напрямом їх розвитку, актуалізує нові завдання щодо уточнення функцій, організації інформаційного забезпечення потреб користувачів та форм і методів соціокультурної діяльності.

Паралельно здійснюється активне організаційно-технологічне оновлення бібліотечної галузі, впровадження в практичну діяльність технологічних інновацій. Це забезпечить реалізацію комплексного підходу до вирішення завдань оперативного і якісного надання інформаційних послуг, широкого доступу до інформаційних ресурсів і культурних надбань [2].

Комунальний Заклад Ситковецька бібліотека Райгородської сільської ради Вінницької області здійснює інформаційне обслуговування мешканців громади, надає доступ до власних ресурсів для освіти, саморозвитку, особистого зростання користувачів.

Важливою складовою її роботи є соціокультурна діяльність, орієнтована на патріотичне виховання, промоцію читання, краєзнавчі ініціативи, організацію дозвілля, культурну реабілітацію та роботу з військовими, вимушеними переселенцями, іншими особами, які постраждали внаслідок війни.

Використовується увесь арсенал традиційних та інноваційних форм і методів масової, групової та індивідуальної роботи – тематичні лекції та вечори, свята, книжкові виставки, конкурси дитячої творчості, громадські та мистецькі акції, літературні квести, інтелектуальні змагання та дискусійні івенти (брей-ринги, літературні аукціони та вікторини), а також організація літературних клубів, гурткова робота [1].

Важливою є роль бібліотеки у збереженні культурної спадщини та історії регіону, щоб забезпечити збереження та передачу знань майбутнім поколінням.

### Список використаних джерел

1. КЗ Ситковецька публічна бібліотека Райгородської сільської ради – <https://www.facebook.com/groups/1331876257598331>
2. Каліберда Н. Ю. Сучасні тенденції розвитку інформаційного обслуговування в електронному середовищі. Адаптація завдань і функцій наукової бібліотеки до вимог розвитку цифрових інформаційних ресурсів: Міжнародна наукова конференція НБУ ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. URL : <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/95> (дата звернення: 13.03.2024).
3. Колодій М. О. Бібліотека в контексті інформаційного простору. Бібліотека: місце традицій, простір інновацій : матеріали круглого столу, присвяч. 55-річчю наук. б-ки Київ. нац. ун-ту культури і мистецтв (Київ, 30 листоп. 2018 р.) / М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, наук. б-ка. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 43-46.
4. Кузьменко О. І., Загуменна В. В. Бібліотека як соціокультурний публічний простір: трансформаційні зміни. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2020. № 4. С. 25-31.
5. Лупіка Л. Сучасні бібліотеки – відкритий простір для освіти, спілкування і дозвілля. Бібліотечний форум України. 2018. №2. С. 27-28.
6. Матвійчук О. Є. Закономірності розвитку бібліотек як соціокультурних центрів в Україні. URL : <http://www.info-library.com.ua/libs/stattya/283-zakonimirosti-rozvitku-bibliotek-jak-sotsiokulturnih-tsentriv-v-ukrayini.html> (дата звернення: 13.03.2024).
7. Матвеева О. Розвиток творчого потенціалу користувачів бібліотек : методичні поради. URL : <http://bibliostyhiya.blogspot.com/2015/03/blog-post.html> (дата звернення: 13.03.2024).

*Харитонова Анна Юріївна*  
здобувачка Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка

*Дьяченко Роксолана Вікторівна*  
кандидат мистецтвознавства,  
доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю  
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка  
*r.diachenko@kubg.edu.ua*  
<https://orcid.org/0000-0002-8177-2357>

### Відеоконтент як популяризація бренду

Сьогодні соціальні медіа стали основним інструментом не лише для інформування людей, але й для впливу на їхні вподобання та поведінку, а також для просування різних товарів та послуг. Це пов'язано з тим, що значна кількість людей (приблизно 89% інтернет-користувачів у віці 16-64 років, за даними Data Reportal) [1], майже щодня заходять на соціальні платформи, щоб поспілкуватися з друзями, знайти цікаву інформацію та дізнатися про різні продукти та послуги. За даними Лобовікової О.О. та Мельникова А.С. [3], Facebook, YouTube та WhatsApp є одними з найпопулярніших соціальних мереж у світі на сьогоднішній день.

Україна не є винятком: майже 60% українських інтернет-користувачів мають акаунт у Facebook, тоді як YouTube (43%) та Instagram (30%) користуються дещо меншою популярністю. За даними Kantar Ukraine, Facebook та Instagram є найбільш швидкозростаючими платформами соціальних медіа за останні п'ять років.

Аналізуючи цільові аудиторії соціальних мереж, важливо звертати увагу на вікові та гендерні відмінності. Дані показують, що більшість користувачів соціальних мереж -- це люди у віці 25-34 років [4].

Використання соціальних медіа брендами має свої переваги та ризики, які необхідно враховувати перед початком бізнесу.

Деякі з переваг, які отримують бренди від використання соціальних мереж, в себе включають:

- активні акаунти підвищують довіру до компанії та створюють імідж надійного постачальника товарів і послуг;
- завдяки активній комунікації вони можуть досліджувати вподобання користувачів і скласти уявлення про своїх цільових споживачів;
- збільшення кількості споживачів завдяки таргетованій рекламі, яка привертає увагу цільової групи;
- підвищення інтересу споживачів до бренду завдяки корисним даним та візуальному контенту;
- збільшення відвідуваності офіційного сайту компанії за рахунок переходу з соціальних мереж;
- посилення лояльності клієнтів до компанії через позитивну взаємодію та онлайн-заходи.

Однак, у використанні соціальних мереж існують і ризики:

- негативна інформація про компанію та її продукти може швидко поширюватися серед користувачів;
- потенційна втрата користувачів соціальних мереж через зловмишників;
- ризик поширення шкідливого програмного забезпечення через вкрадені паролі;
- втрата клієнтів у разі поганого управління сторінкою через недостовірність наданої інформації.

Тим не менш, компаніям варто активно використовувати соціальні мережі, оскільки їхні переваги переважають над недоліками. Рекомендовані кроки включають визначення цільових аудиторій, вибір правильних соціальних мереж, створення цікавих акаунтів і постів, а також постійну взаємодію для посилення залучення аудиторії.

У маркетингу термін «просування» означає будь-який вид маркетингової комунікації, що використовується для інформування цільової аудиторії про переваги продукту, послуги, бренду або проблеми, зазвичай у переконливий спосіб. Це допомагає маркетологам створити впізнаваний образ у свідомості своїх клієнтів [7].

Дослідження показують, що 85% компаній використовують відео

як частину своєї маркетингової стратегії, що є показником тенденції до активного використання цього типу контенту.

В останні роки стрімко зростає перегляд відео на мобільних пристроях. Воно є найбільш затребуваним форматом, оскільки користувачі проводять все більше часу на своїх мобільних пристроях.

Персоналізація відеоконтенту стає ключовим фактором, і компанії шукають способи персоналізувати свої відео, щоб привернути увагу глядачів. Короткі відео стають дедалі популярнішими, оскільки їх легше сприймають користувачі соціальних мереж.

Прямі відеотрансляції також нещодавно привернули увагу як спосіб отримати реальний і спонтанний контент. Відео, які безпосередньо дозволяють споживачам купувати товари, також набувають популярності. Крім того, очікується, що трафік відеоконтенту буде стрімко зростати. Згідно з останніми прогнозами, до кінця 2023 року 82% всього інтернет-трафіку буде заповнено відеоконтентом [6].

Візуальний контент у вигляді відео може ефективно передавати великі обсяги інформації: згідно з дослідженням, опублікованим в Educational Psychology, візуальні ефекти, такі як зображення, звук і рух, сприяють кращому засвоєнню матеріалу. Це допомагає людям краще зрозуміти і запам'ятати подану інформацію.

Відеоконтент також має велику силу для створення емоційного зв'язку з глядачем. Це не тільки допомагає людям краще запам'ятовувати інформацію, але й сприяє формуванню позитивного сприйняття бренду. Емоційне залучення глядачів створює глибший і більш значущий зв'язок з відеоконтентом.

Незважаючи на ці переваги, відеоконтент має й недоліки: згідно з дослідженням, опублікованим у журналі Media Psychology, тривалість перегляду відео може впливати на залученність глядачів. Довгі відео та погано структурований матеріал можуть знизити інтерес глядачів і вплинути на сприйняття ними контенту [5].

Ще одною проблемою є низька доступність відео контенту для людей з інвалідністю. Дані інституту World Wide Web Consortium (W3C) вказують на проблему доступності відеоконтенту для людей з інвалідністю. Для глядачів з порушеннями зору або слуху низька доступність відео створює серйозну перешкоду для сприйняття інформації. Це може суттєво обмежити доступ до контенту для цієї категорії глядачів [2].

#### Список використаних джерел

1. Дослідження DataReportal. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/10/za-danyomy-doslidzhenshhomisyachna-audytoriya-soczmerezh-zroslo-do-4-mird-korystuvachiv/> (дата звернення: 11.04.2024).
2. Web Accessibility Initiative. Інститут Всесвітнього веб-консорціуму (W3C). URL: <https://www.w3.org/> (дата звернення: 10.04.2024).
3. Любовікова О.О., Мельников А.С. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства. Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2011. Вип. 5. С. 154-160.
4. Соцмережі 2021: ТікТок старшає, Facebook – переважно жіночий, а стрічку ми гортаємо

- 400 мільйонів років. Hromadske : веб-сайт. URL: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv> (дата звернення: 12.04.2024).
5. Understanding Video Viewing Behaviors. Media Psychology. URL: <https://www.tandfonline.com/toc/hmep20/current> (дата звернення: 12.04.2024).
6. Cisco Annual Internet Report (2020-2025). URL: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.html> (дата звернення: 15.04.2024).
7. Promotion (marketing). Wikipedia : online encyclopedia. URL: [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Promotion\\_\(marketing\)](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Promotion_(marketing)) (дата звернення: 09.04.2024).



## Секція 4. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПРОТИДІЇ ЕКЗИСТЕНЦІЙНИМ ЗАГРОЗАМ ПОВОЄННОГО ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ

*Модератор: Загуменна Віра Вікторівна*

**Закіров Марат Борисович**

*доктор політичних наук, доцент,  
завідувач відділу політологічного аналізу  
Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського,  
zakirovmarat65@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-4897-4325>*

### **Роль бібліотек у захисті від інформаційно- комунікаційних загроз воєнного і повоєнного періоду**

Проблема консолідації суспільства відноситься до однієї з найбільш поширеної у сучасному світі. Процеси глобалізації економічного, культурного та інформаційного простору зумовлюють втрату чітких меж, що у минулому розділяли окремі народи і країни. Разом з тим саме рівень консолідації нації значною мірою визначає її успішність, захищеність від зовнішніх загроз і викликів, ефективність функціонування державних інститутів, повноту реалізації прав і свобод громадян. Фундаментальною основою консолідації нації, як правило, виступає національна ідея, яка базується на цілому комплексі загальноновизнаних цінностей, що відображають етнічну, світоглядну, культурну, релігійну, мовну та історичну єдність громадян країни, та її цивілізаційний вибір.

Українська нація, яка рішуче заявила про свій вибір під час Революції Гідності, продемонструвала здатність до самоорганізації, розвиненість громадянського суспільства й готовність громадянських інституцій взяти на себе відповідальність за долю країни. Зокрема, за словами режисера С. Лозниці: «Унікальністю української революції стала відсутність в неї лідера. Трапилося так тому, що змінився світогляд, і структура мережевого суспільства функціонує за зовсім іншими законами, аніж класична ієрархічна система комунікації» [1, с. 11]. Уже тоді українці об'єдналися і постали проти екзистенційної загрози збереженню суверенного цивілізаційного вибору.

Від широкомасштабного вторгнення російських військ в Україну в лютому 2022 року розпочався новий етап об'єднання українського суспільства, яке перед загрозою втрати власної державності звільнилося від щонайменших ілюзій щодо причин російської агресії та відповідальності за її розв'язання. Разом з тим, вторгнення ворожих

військ, понесені втрати і жертви суттєво посилили відчуття зв'язку українців між собою і з Україною. Зміцнення єдності зі своєю країною, розуміння належності до українського суспільства зумовлює формування чіткого відчуття гордості і поваги до її історії, до борців за незалежність України у минулому і тих, які віддають усі сили і життя за Батьківщину сьогодні, що і у повоєнний час слугуватиме міцним підґрунтям збереження української державної ідентичності у полікультурному світі.

Сучасна війна вирізняється широким застосуванням широкого спектру технологій технічного, природничого і гуманітарного характеру. Завдання державних інформаційних структур, зокрема і бібліотек, у цих умовах полягає у формуванні відповідних баз даних як теоретичного, так і прикладного характеру, в яких акумулюватиметься найкращий вітчизняний та зарубіжний досвід.

В епоху масової цифровізації сфери соціальних комунікацій агрегатор активно використовує широкий арсенал інструментів конструювання реальності, розповсюдження дезінформації, фейків, тролів тощо. «Спеціально підготовлені користувачі поширюють, як правило, через анонімні або фейкові акаунти дезінформацію пропагандистського характеру, що спрямована на підрив іміджу політичних сил або окремих політиків, дискредитацію їхньої діяльності, поширення «мови ворожнечі», ксенофобських наративів, формування у суспільній свідомості панічних настроїв, тощо. Найбільшу пізнаваність як інструмент політичного впливу тролі отримали унаслідок розкриття діяльності російської так званої «фабрики тролів» «Агенція інтернет-досліджень» зі штаб-квартирою у Санкт-Петербурзі» [2, с. 34].

Бібліотеки у цілому та бібліотечні інформаційно-аналітичні центри, зокрема, використовуючи наявний значний досвід, мають цілеспрямовано працювати над забезпеченням користувачів і замовників якісно підготовленими інформаційно-аналітичними матеріалами, які, в першу чергу, нададуть доступ до верифікованої, достовірної інформації, та озброять користувачів надійними знаннями проти фейків, маніпуляцій та дезінформації.

Важливим напрямом наукової діяльності українських бібліотек та інформаційно-аналітичних центрів в умовах російсько-української війни і повоєнної відбудови має бути цілеспрямовані дослідження широкого спектру проблем соціальних комунікацій: забезпечення інформаційної безпеки суспільства, теоретичних засад розвитку медіаграмотності, виховання культури споживання інформації, правил поведінки у соціальних мережах, питання індивідуальних засобів і методів захисту особистої інформації тощо.

Окремої уваги організаторів і працівників інформаційно-комунікаційної сфери потребує оцінка розбіжностей між різними групами населення у відповідності від пережитого досвіду. Слід визнати і

враховувати наявність суттєвих відмінностей між людьми, які живуть далеко від лінії фронту, які пережили окупацію, мешкали або мешкають у зоні ведення активних бойових дій, втратили майно, втратили рідних, були вимушені виїхати із рідних міст тощо. Поряд з тим є відмінності і у психоемоційному стані людей, які по різному реагують на однакові обставини. З цією метою слід продовжувати роботу зі створення відповідної теоретичної і прикладної бази даних, спрямованої на інформаційне забезпечення населення ефективними засобами подолання ПТСР, акумулювати інформацію щодо спеціалізованих центрів психологічної допомоги та підтримки. Слід окремо підкреслити, що ця робота не втратить актуальності і після завершення війни, оскільки психофізіологічні наслідки таких травматичних подій іноді дуже пролонговані у часі.

Крім того, слід враховувати, що високий рівень консолідації, пов'язаний із мобілізацією суспільства у перші місяці війни, як з часом, так і під впливом низки факторів психологічного, економічного та соціально-політичного характеру може знижуватися і відповідно вимагатиме певної еволюції в інформаційній політиці та організації соціальних комунікацій. Особливо різким падіння рівня консолідації очікується після закінчення війни, коли зникне чинник протистояння зовнішньому ворогу. Отже, з огляду на зазначену проблему, головним завданням бібліотек, як культурних і науково-інформаційних центрів, є підготовка відповідної методичної, теоретичної і прикладної бази для збереження вже набутої тенденції до консолідації і подальшого гуртування українського суспільства відтепер навколо спільних цінностей, культурного надбання нації, суверенітету і незалежності держави, яку народ відстояв у важкій війні, почуття гордості за свою країну та її славетну історію тощо.

Поряд з тим бібліотеки мають готуватися до ще більш важкого завдання – повернення в інформаційний простір України населення окупованих територій, яке протягом значного часу знаходилося під впливом агресивної антиукраїнської пропаганди. Завдання консолідації української нації в умовах повернення значних територій, що зазнали багаторічної ворожої окупації, набуває характеру екзистенційного виклику. З цього приводу до переліку науково-дослідних завдань бібліотек мають бути включені комплексні дослідження наявного досвіду подолання наслідків окупації в інших країнах світу. Важливим напрямком досліджень має стати проблема інформаційного супроводу процесів національного примирення, вивчення досвіду перехідного правосуддя, подолання проблем постконфліктного врегулювання, протидія дезінформаційним атакам у сфері дотримання прав людини, щодо незаконного перетину кордону, забезпечення майнових прав, виявлення і засудження колаборантів тощо. На звільнених територіях постане питання відновлення фондів української літератури, організація соціо-

культурної роботи бібліотек як важливої складової відновлення і формування української ідентичності населення з метою подальшої консолідації нації в межах цілої єдиної України.

#### **Список використаних джерел**

1. Потапенко Я. Рецепція євромайдану в сучасному українському соціокультурному дискурсі. Наукові записки. 2015. Вип. 4 (78). С. 4–21.
2. Закіров М. Комунікаційні інструменти конструювання реальності епохи постправди. Наукові записки Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2023. Вип. 69. С. 26–39.

***Гриньків Андрій Петрович***

*кандидат філософських наук,*

*доцент кафедри соціальної політики*

*УДУ імені Михайла Драгоманова, м. Київ, Україна*

*a.p.hrynktiv@udu.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0002-1423-0101>*

### **Роль життєстійкості в збереженні культурної ідентичності під час та після воєнних конфліктів: упровадження інноваційних соціальних послуг в Україні**

В умовах сучасних викликів, особливо в контексті триваючих воєнних дій в Україні, питання соціальної стійкості та адаптивності населення набувають вирішального значення. Експериментальний проект з формування життєстійкості, запроваджений Міністерством соціальної політики України, ставить за мету створення умов для підтримки психічного здоров'я та соціального благополуччя громадян, що опинились в кризових обставинах. Цей проект розглядається не тільки як соціальна ініціатива, але й як важлива складова культурної та соціальної політики, що впливає на загальний стан суспільної резиліентності [1].

Ця доповідь має на меті дослідити теоретичні основи та практичну реалізацію експериментального проекту, з акцентом на його вплив на життєздатність та адаптацію територіальних громад до надзвичайних ситуацій. Значна увага буде приділена оцінці первинних результатів проекту, його ефективності та взаємодії між різними органами управління, що залучені до його впровадження.

Життєстійкість, або резиліентність, розглядається у соціальних науках як здатність особистостей, груп або спільнот адаптуватися до стресових ситуацій та криз, відновлюючись після життєвих ударів та зберігаючи основні функції соціального життя. У сфері соціального забезпечення концепція життєстійкості інтегрується через створення механізмів підтримки, які сприяють зниженню психосоціального та матеріального навантаження на осіб, що зіткнулись з кризами. Дослідження в галузі психології та соціальної роботи підкреслюють важли-

вість інтеграції психологічної підтримки та соціальних інтервенцій у створенні життєстійких громад.

Аналіз міжнародного досвіду показує, що підхід до формування життєстійкості може варіюватись в залежності від культурних, економічних та політичних контекстів. Наприклад, у Японії після землетрусу 2011 року були розроблені програми, що зосереджуються на психосоціальній реабілітації та відновленні інфраструктури, забезпечуючи комплексний підхід до відновлення суспільства. В США програми підтримки жертв стихійних лих та інших криз включають психологічну підтримку, а також економічні стимули для відновлення малого та середнього бізнесу, що є важливою складовою соціальної життєстійкості.

У Європейському Союзі, під час міграційної кризи 2015 року, країни члени розробили низку програм соціальної адаптації та інтеграції, які допомагали біженцям відновити своє життя в нових умовах. Ці програми включали як пряму матеріальну допомогу, так і психологічне консультування, культурну адаптацію, і навіть професійне перенавчання.

Ці приклади демонструють, що формування життєстійкості в соціальному контексті є комплексним процесом, що вимагає координації між різними рівнями управління, використання інноваційних підходів та адаптацію до специфічних потреб населення.

Експериментальний проект з формування життєстійкості був започаткований з метою надання комплексних соціальних послуг територіальним громадам, що включають психологічну підтримку, соціальну адаптацію та економічну допомогу особам, які зазнали впливу військових дій або інших кризових подій. Проект організовано Міністерством соціальної політики України і передбачає активну участь Фонду соціального захисту осіб з інвалідністю, який відповідає за організацію та проведення конкурсів серед надавачів соціальних послуг.

Основні складові проекту – підготовка та відбір учасників, надання послуг, моніторинг та оцінка.

Відбір територіальних громад, які можуть бути залучені до проекту, відбувається на основі їх заявок і готовності забезпечити необхідні умови для реалізації проекту. Надання послуг включає психологічну підтримку, соціальну роботу, консультування та інші форми допомоги, спрямовані на підвищення рівня життєстійкості населення.

Ефективність експериментального проекту вимірюється через ряд кількісних та якісних індикаторів, що включають кількість осіб, які отримали доступ до послуг, частоту звернень за психологічною підтримкою, а також статистику щодо змін у рівні життєздатності та адаптації населення до кризових умов. Якісні показники – оцінка задоволеності учасників послугами, якість виконання програми надавачами послуг і зміни в поведінкових та емоційних реакціях осіб, які брали

участь у програмі; регулярне опитування учасників для визначення їхніх потреб і задоволеності наданими послугами, що допомагає адаптувати і поліпшити програму. Такий підхід дозволяє не тільки оцінити поточні результати проекту, але й виявити потенційні проблеми та недоліки в його реалізації, забезпечуючи можливість для коригування та підвищення загальної ефективності ініціативи.

Наразі проект вступив у свій третій етап, який зазначає значне розширення мережі Центрів життєстійкості по всій Україні. З 1 травня цього року Центри життєстійкості успішно запрацювали у 22 областях країни, Кожен Центр обладнаний за найвищими стандартами доступності та безбар'єрності, забезпечуючи комфорт та доступність послуг для всіх жителів громад.

Два Центри вже були відкриті у релокованих громадах, а саме: у Сартанській (Донецька область) на Львівщині та Мелітопольській (Запорізька область) у Запоріжжі. Ці Центри стали важливими опорними точками для громад, що постраждали внаслідок війни [3].

За даними дослідження психічного здоров'я, проведеного компанією Gradus у березні 2024 року, 77% українців відчували стрес або сильну знервованість останнім часом. Центри життєстійкості, створені в рамках Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?» спрямовані на реагування на ці виклики, надаючи необхідну підтримку та послуги для відновлення [2].

Продовжуючи розширення та удосконалення програми, Міністерство соціальної політики співпрацює з міжнародними партнерами, такими як ЮНІСЕФ та ВООЗ, для організації навчань та підвищення кваліфікації команд спеціалістів, забезпечуючи високий стандарт послуг, що надаються в Центрах.

Центри життєстійкості, які вже функціонують у майже кожній області України, мають за мету забезпечити комплексний підхід до відновлення та підтримки місцевих громад. Вони пропонують доступ до психологічної допомоги, соціальної роботи та інших необхідних послуг, які важливі для зміцнення внутрішньої життєздатності та адаптації до пост-кризового періоду. Визначальним є забезпечення доступності цих послуг для всіх категорій населення, що реалізується через принципи безбар'єрності у влаштуванні простору Центрив.

Центри організують індивідуальні та групові заняття, які направлені на різні категорії населення — ветерани, військовослужбовці та їх родини, внутрішньо переміщені особи, сім'ї у складних життєвих обставинах, та інші. Важливість таких занять полягає в тому, що групова взаємодія стимулює соціальну інтеграцію та допомагає людям швидше адаптуватися до змін, що відбуваються в їх житті [3].

Завдяки діяльності Центрив, спільноти вчаться бути більш стійкими та згуртованими, створюють мережу взаємопідтримки, яка дозволяє ефективно реагувати на соціальні виклики, що стимулює загальну

життєздатність громад.

Міністерство соціальної політики планує продовжувати розширення мережі Центрів життєстійкості, підкреслюючи значення міжнародного партнерства та навчання спеціалістів. Важливою частиною цієї стратегії є підвищення професіоналізму надавачів послуг та забезпечення високої якості психологічної допомоги та соціальної роботи в усіх Центрах.

Життєстійкість як складова соціальної політики і культурної ідентичності сьогодні виступає не просто як концепція, а як необхідна умова для забезпечення стабільності та розвитку громад в умовах постійних змін та викликів. В Україні, де суспільство стикається з воєнними діями та їхніми наслідками, важливість формування та підтримки життєстійкості виявляється критичною. Експериментальний проект зі створення Центрів життєстійкості, що надають комплексні соціальні послуги, є відображенням визнання державою цієї потреби та прагненням відповісти на виклики сучасності, забезпечуючи психологічну та соціальну підтримку населенню.

Проект втілюється в життя з метою не тільки лікувати наслідки криз, але й активно працювати над тим, щоб громади мали змогу самостійно формувати стійкість до майбутніх викликів. Відновлення культурної спадщини та підтримка культурної ідентичності в процесі реалізації цих програм демонструють їхню комплексність і важливість для зміцнення національної єдності та громадської злагоди.

Закладені в проекті ініціативи і методи, базуючись на міжнародному досвіді та адаптовані до українських реалій, стають фундаментом для створення міцної основи, здатної витримати та адаптуватися до будь-яких викликів. Взаємодія між державою, громадськими організаціями та міжнародними партнерами забезпечує потужну платформу для подальшого розширення та удосконалення програм, що допомагає українському суспільству не тільки виживати, але й процвітати навіть у найскладніші часи.

Таким чином, Центри життєстійкості відіграють ключову роль у підтримці та розвитку українського суспільства, допомагаючи громадам залишатися згуртованими та стійкими у відповідь на сучасні виклики, тим самим забезпечуючи їхнє стале майбутнє і збереження культурної спадщини.

#### **Список використаних джерел**

1. Про реалізацію експериментального проекту із запровадження комплексної соціальної послуги з формування життєстійкості: Постанова КМУ від 03.10.2023 р. № 1049. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1049-2023-%D0%BF#Text>
2. Психічне здоров'я та ставлення українців до психологічної допомоги. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/mental-health-and-attitudes-ukrainians-towards-psychological-assistance-during-war/>
3. Формування життєстійкості. Міністерство соціальної політики. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Formuvannya-zhittestiykosti-.html>

*Денисюк Жанна Захарівна*  
*доктор культурології, доцент, в.о. проректора*  
*з наукової та виховної роботи НАКККіМ*  
*jdenesuk@dakkkim.edu.ua*  
*<https://orcid.org/0000-0003-0833-2993>*  
*<http://www.researcherid.com/rid/G-9549-2019>*

## **Розбудова системи стратегічних комунікацій в умовах військової агресії**

Стратегічні комунікації відіграють істотну роль в світових інформаційних процесах, стаючи ефективним знаряддям розв'язання стратегічних завдань окремих держав і наддержавних об'єднань. Вони є політичним ресурсом і механізмом зовнішньої політики. Як зазначає більшість дослідників, сутність стратегічних комунікацій полягає в управлінні цільовими аудиторіями з метою зміни їх поведінки і донесення до них тих цінностей або інформації, які необхідні державі. Стратегічні комунікації є одним з найбільш ефективних інструментів інформаційного впливу, наявних в арсеналі передових розвинених раїн заходу, зокрема США. У той же час, це поняття довгий час залишалося нечітко сформульованим, викликаючи серйозні дискусії всередині ключових урядів держав.

В умовах нової геополітичної реальності стратегічні комунікації виявилися у фокусі скоординованих зусиль США, НАТО і Євросоюзу щодо реалізації концепції стратегічних комунікацій в інформаційній війні, розгорнутій рф. Основною особливістю стратегічних комунікацій є їх комплексно-інтегративний характер, який включає не тільки комунікаторів, а й акторів з інших сфер діяльності. Стратегічні комунікації базуються на особливих принципах управління, насамперед, синхронізації та координації всіх інструментів національного впливу – перш за все, дипломатії, інформаційної політики, збройних силах та ін. Побудова системи стратегічних комунікацій вимагає комплексного підходу, з урахуванням специфіки не тільки інформаційно-комунікативного простору, але й реалій політичної, економічної, культурної сфер [2, с.5].

У цьому контексті слід підкреслити, що наприкінці 2016 року була затверджена Доктрина інформаційної безпеки України, в якій зазначено, що застосування російською федерацією технологій гібридної війни проти України перетворило інформаційну сферу на ключову арену протистояння, та наголошено, що життєво важливими інтересами суспільства і держави в інформаційній сфері є розвиток системи стратегічних комунікацій України, а одним із основних пріоритетів державної політики в інформаційній сфері має бути побудова дієвої та ефективної системи стратегічних комунікацій [3]. Також у Доктрині визначено стратегічні комунікації як скоординоване і належне викори-



стання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави.

У аспекті формування позитивного міжнародного іміджу України задекларовано ґрунтовне реформування системи представлення інформації про Україну на міжнародній арені; розвиток публічної дипломатії, у тому числі культурної та цифрової; активізація скоординованої інформаційної роботи закордонних дипломатичних установ України. З метою розширення такої співпраці важливим є створення та забезпечення функціонування правового механізму взаємодії державних органів з інститутами громадянського суспільства з метою інформаційної підтримки комерційної, гуманітарної, просвітницької, культурної та іншої діяльності таких інститутів за межами України [4].

Важливими проблемами, пов'язаними із формуванням в Україні дієвої системи стратегічних комунікацій, є віднайдення чіткого розуміння її складових та ефективна координація суб'єктів стратегічних комунікацій у різнорівневих системах із власною ієрархією, системою прийняття рішень, традиціями та цілями. Основним завданням держави є забезпечення єдності дій цих структур у межах єдиного вектора діяльності завдяки загальній практичній координації дій і створенню системи єдиних меседжів, що не суперечать один одному.

Зовнішня агресія РФ, яка є довгостроковою, інші докорінні зміни у зовнішньому та внутрішньому безпековому середовищі України зумовлюють необхідність реформування системи державного управління у сфері національної безпеки і оборони відповідно до значних трансформацій в інформаційно-комунікаційному середовищі.

Системним стратегічним документом у сфері євроатлантичної інтеграції України є Річна національна програма під егідою Комісії Україна – НАТО, що затверджувалася Указами Президента України на 2020-2023 рр. Серед пріоритетних цілей наголошено на побудові системи стратегічних комунікацій, яка покликана забезпечувати ефективне впровадження інформаційної політики держави. З метою реалізації вказаної цілі визначено очікувані результати до кінця 2025 року. На 2024 р. було прийнято адаптовану Річну національну програму, яка, втім, не є ще одним додатковим планувальним документом з елементами дублювання вже існуючих стратегій, національних програм, планів та доктрин. Натомість вона розроблена для оптимізації кількості документів у відносинах з НАТО, виконання Дорожньої карти взаємосумісності інтегровано до відповідного компонента Програми, а також координуванню проектів технічної і дорадчої підтримки. Програма містить п'ять базових розділів: політичні та економічні питання, оборонні та військові питання, ресурсні питання, питання безпеки та правові питання [1].

Актуальним на законодавчому рівні у сфері побудови стратегічних комунікацій є також затвердження Указом Президента України від 14 вересня 2020 р. № 392/2020 Стратегії національної безпеки [5].

Розбудова системи стратегічних комунікацій у контексті військової агресії РФ є критичною для забезпечення національної безпеки, міжнародної стабільності та ефективного управління кризовими ситуаціями. У сучасних умовах, коли інформаційна війна відіграє важливу роль у веденні конфліктів, сфера культури стає значущим компонентом системи стратегічних комунікацій в умовах війни. Важливими аспектами, які варто враховувати при цьому, є: Підтримка національної ідентичності (культурні символи, традиції та цінності); міжнародне просування культури (культурна дипломатія як «м'яка сила» у презентація культурної спадщини та досягнень на міжнародному рівні, що сприятиме формуванню позитивного іміджу країни); захист культурних цінностей (захист культурної спадщини та підтримка культурних ініціатив є важливою складовою стратегічних комунікацій); інформаційна боротьба (культурні ініціативи можуть бути використані для контрпропаганди та боротьби з дезінформацією, спрямованою проти України); підтримка мистецької та культурної сфери (розвиток мистецьких та культурних ініціатив, що може стати одним зі способів збереження психологічної стійкості суспільства під час війни).

Побудова системи стратегічних комунікацій передбачає також активне залучення досвіду ЄС та США, адже комунікація стає стратегічною в тому випадку, якщо вона включена в розробку і реалізацію відносин між владою країни та її зовнішнім середовищем і націлена на досягнення довгострокових (стратегічних) цілей. Окрім того, в Україні накопичений великий обсяг інформаційних ресурсів, що продовжує збільшуватися завдяки розвитку сфери ІТ-технологій. Таким чином, останніми роками в Україні було прийнято чимало нормативно-правових документів, націлених на розвиток інформаційних технологій, які сприятимуть розбудові системи стратегічних комунікацій країни.

### Список використаних джерел

1. Адаптована Річна національна програма на 2024 р.  
[https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1GhTZdnMhpXuC3dKlGrGOro\\_ky\\_nkN9sp](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1GhTZdnMhpXuC3dKlGrGOro_ky_nkN9sp) (дата звернення: квітень 2024).
2. Денисюк Ж. З. Стратегія державної культурної політики у повоєнній відбудові України. Всеукраїнська науково-практична конференція «Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи», 19 травня, м. Київ / Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. Київ: НАКККіМ, 2023. С. 4–5.
3. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» № 47/217. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення: квітень 2024).
4. Указ Президента України «Про Річну національну програму під егідою Комісії Україна — НАТО на 2020 рік» від 26 травня 2020 року № 203/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/203/2020#Text> (дата звернення: квітень 2024).
5. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від

14 вересня 2020 року «Про Стратегію національної безпеки України» від 14 вересня 2020 р. № 392/2020. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> (дата звернення: квітень 2024).

*Дячук Валентина Павлівна*  
кандидат культурології, доцент, доцент  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККиМ  
ORCID- 0000-0003-1638-3192  
[valentinadozent@gmail.com](mailto:valentinadozent@gmail.com)

## **Культура як сумативний стан суспільства**

Історія вкотре доводить, що культура ідеально підходить для політичної пропаганди, особливо при тоталітарному режимі.

*Славенка Дракулич*

Життя людини пов'язане, передусім, з повсякденністю, до складу якої належать об'єктивні та суб'єктивні складові, а відтак – життєві прояви людини – суб'єкта певної культури. Усе це регулюється, з одного боку, нормами та традиціями, існуючими в суспільстві, а з іншого – особистісним досвідом, умовами життя, ціннісними орієнтирами індивіда. Шкала цінностей формується родиною, а шкільна програма доповнює літературними шедеврами «великої класики», творами Ф. Достоєвського, І. Тургенева що художньо фіксували буденність, характери, події своєї Батьківщини вплетеними в традиції фаталізму.

Як «Преступление и наказание», де злочин може бути виправданим, а злочинець безкарним. Про велич «русской культуры» у 21 столітті може судити Україна і весь цивілізований світ об'єднаний певною шкалою людських цінностей. Злочини армії РФ у Бородянці, Бучі, Ірпені, Маріуполі 2023 року, формує суспільний зріз культурного пласту російського суспільного культурного середовища.

Колись у шкільні роки читаючи повість І. Тургенева «Муму» в моїй свідомості ніяк не піддавався розумінню факт, чому глухонімії Герасим, за наказом своєї істеричної барині, пішов топити єдину істоту яка його любила, свого собачку? А потім повернувся в свою комірчину, зібрав речі і пішов геть... Чому ж не пішов із собакою, втікаючи від старої, примхливої барині ?

Сьогодні ми розуміємо, послухатися барині він не міг, психологія раба назавжди вкорінена в російському народонаселенні, яке так точно зображено сучасниками. Повість була написана у 1852 році, дослідники творчості пишуть що вона базується на реальних фактах дворянського дому Тургенєвих.

Латинське слово «культура» означає оброблення ґрунту, його

культивування, тобто зміна у природному об'єкті під впливом зусиль людини, її цілеспрямованої діяльності, що якісно відрізняється від змін, викликаних природними причинами. У первісному змісті терміну культура уже виражена її важлива особливість – людське начало, єдність людини, діяльності культури. Така особливість культури пізніше розвивається у різних філософських школах. На думку німецького соціолога Макса Вебера, культура – сукупність духовних символів, що не підпорядковані ніякій утилітарній меті. За Жаком Маритеном, основою цінного в культурі є релігія. Французький етнолог-структураліст Клод Леві-Стросс вважає основним надбанням культури мову, систему знаків, комунікацію, що можна перекласти і зрозуміти. На думку інших, культура є інтелектуальним аспектом штучного середовища, що створюється людиною в процесі її життєдіяльності (Анрі Моль та ін.).

Культура – це сфера становлення, розвитку, соціалізації людини. Сфера олюднення природи, гуманізації соціуму і соціалізації особистості – це якісна характеристика створюваної людиною дійсності, що представляє предметну сферу культури, оскільки дозволяє побачити у ній міру власного людського розвитку, за якою визначається довжина пройденого суспільством історичного шляху. Поділ культури на матеріальну і духовну, одна з яких є продуктом матеріального, а друга – духовного виробництва, здається очевидним.

У кожному суспільному явищі є нитка, що з'єднує з людиною, бо людина існує і функціонує у суспільстві у системі великої кількості таких ниток, що зв'язують її з суспільним світом, його матеріальними і духовними складовими. Саме у такій якості – своєрідному зосередженні усіх суспільних зв'язків – людина виступає творцем, носієм і споживачем культури. Людина тому є субстанцією, носієм культури і, розуміється, у широкому соціальному контексті, в багатстві суспільних відносин, у єдності із створеним матеріальним і духовним світом. Матеріальні і духовні надбання людей виступають предметними втіленнями їх здібностей, суттєвих сил.

Існує думка, що суспільство є тією інстанцією, яка визначає міру відповідності між потребами індивідів та типами діяльності, що лише суспільство робить значущими ті чи інші види діяльності. У реальності ж така ситуація складається за умов існування взаємної гармонії між індивідом та суспільством, в іншому випадку дозвілєва діяльність, протиставляючи себе державі та суспільству, перетворюється в сферу реалізації виключно індивідуальних потреб. Взаємозв'язок буття людини, її світовідношення та творчої діяльності цікавив філософів та теоретиків ще з античності (Сократ, Платон, Арістотель, Августин, Фома Аквінський, Д. Юм, І. Кант, Г. В. Ф. Гегель, Ф. Шеллінг, О. Шпенглер, Г.-Г. Гадамер).[1]

Людська життєдіяльність є перебуванням у повсякденні, яке

включає в себе об'єктивні та суб'єктивні складові. Об'єктивна складова пов'язана з конструюванням відносин людини або певної спільноти людей, за допомогою не тільки предметно-практичного освоєння світу, а й ціннісно-сміслового ставлення до належного та значимого. У цьому випадку життєві прояви людини, – суб'єкта певної культури – регулюються певними нормами, приписами, традиціями, існуючими в суспільстві. Суб'єктивна ж складова, з урахуванням його особистого досвіду, умов життя, пропонує індивіду існуючі в суспільстві норми, традиції, прийняття ним тих чи інших цінностей. З цієї точки зору культурна картина світу розуміється як «життєвий світ» людини.

Слід зазначити, що інтерес до осмислення «життєвого світу» людини виникає наприкінці XIX ст. та триває досі. В українській гуманістиці проблемі «життєвого світу» людини присвячена фундаментальна праця А. Залужної «Життєвий світ людини як смисловий універсум культури: морально-естетичні виміри» (2012). [2]

Гібридна війна, яку Росія веде проти України, включає в себе не лише військові дії, але й інформаційну та культурну боротьбу. Через культурні носії, такі як література, кіно, музика, люди отримують певні уявлення про світ і ставляться до подій навколо себе. Російська культура, яка пропагує ідеї імперіалізму, російської величі та превосходства над іншими народами, сприяє зомбуванню російського суспільства та підтримці агресивної політики свого уряду. Українські письменники та культурні діячі намагаються протистояти цьому впливу, розкриваючи сутність гібридної війни.

Пропаганда активно використовує культурні міфи та наративи для формування свідомості російського народу. При чому зі студентських аудиторій абсолютно свідомо студентам московського університету ім. Ломоносова такі діячі екс-голова роскосмосу, сенатор рф Дмитро Рогозін розповідає про «ремесло» психологічної війни і студенти викладають у соцмережі ці палкі промови про підтримки війни проти України. І промивання мізків потрапило на благодатний ґрунт фаталістично сформованого соціуму. Бо ті, хто здатний був мислити критично, залишили цю країну.

Наприклад, у нацистській Німеччині пропагандистське кіно Геббельса агітувало за ідеї расової чистоти та націоналістичних уявлень. У Радянському Союзі мистецтво було піддане контролю комуністичної партії, а його функція полягала у просуванні комуністичних ідеалів та культури що слугують інструментом політичної пропаганди в умовах тоталітарного режиму.

Історичні контексти російських письменників важко недооцінювати. Вони як глашатаї свого народу, послуговуючись своїм досвідом і відчуттями, справедливо описували суб'єкт.

«Найважливішою приметою удачі русского народа есть его садистская жестокость», — Максим Горький.

«Русский есть наибольший и наинаглейший лгун во всем свете»,  
— Иван Тургенев.

«Народ, который блуждает по Европе и ищет, что можно разрушить, уничтожить только ради развлечения», — Федір Достоевський

«Русские — народ, который ненавидит волю, обожествляет рабство, любит оковы на своих руках и ногах, любит своих кровавых деспотов, не чувствует никакой красоты, грязный физически и морально, столетиями живёт в темноте, мракобесии, и пальцем не пошевелил к чему-то человеческому, но готовый всегда неволить, угнетать всех и вся, весь мир. Это не народ, а историческое проклятие человечества»,  
— Иван Шмельов.

Який зв'язок між культурою та демократією? На ці й інші запитання так відповів керівник дослідницького центру «Мистецтво в суспільстві» Університету Гронінгена (Нідерланди) Паскаль Гілен в своїй книзі «Культура в підмурках громадянського суспільства» (IST Publishing, 2018).

Завдання культури — визначати смисли: саме вона задає, що ми вважатимемо цінним і як дивитимемося на світ. Визначення смислів також передбачає практику. Культура — це не колекція предметів, її формують людські дії. Культуру утримують за життя повторами, адаптацією, актуалізацією, інтерпретацією та критикою, забезпечуючи їй неперервний розвиток. Первинне завдання культури — соціалізація: вона дає змогу індивідам інтегруватися до певного соціального, політичного й економічного ладу. Культура навчає, як поводитися й існувати у певному суспільстві, й так надає смислів життю його представників. Саме тому вона сприяє соціальній інтеграції й єдності. Хай ні в кого не лишиться жодних сумнівів: не сім'я, а культура — підвалини суспільства.

Демократія також спирається на спільний простір культури. Демократія — це не лише політична система, де раз на скільки років потрібно підрахувати голоси, що оприявнюється хоч би й у незграбних спробах Заходу «принести» демократію в країни, де нема питомої демократичної традиції. Демократія передбачає можливість і здатність громадян набувати знання (а отже, незалежні ЗМІ), рефлексувати свої цінності, виробляти розбіжні погляди на них, обговорювати та дебатовати. Саме в царині культури ми продумуємо, що для нас важливе, і стикаємося з поглядами інших людей.

Цивілізація, вказував Микола Бердяєв, повинна мати високий культурний рівень, тобто базуватися на високих духовних надбаннях. Будь-який відхід від гуманістичних загальнолюдських пріоритетів деформує обличчя суспільства, спрямовує його розвиток в антицивілізоване русло.

#### Список використаних джерел

1. Андрущенко В. П., Михальченко М. І. Сучасна соціальна філософія. Київ, 1996.

2. <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/7988/1/4.pdf>
3. Бытие человека в культуре: (опыт онтол. подхода), Быстрицкий Е. К. [и др.], Київ: Наук. думка, 1991, 176 с.
4. Вальденфельс Б., Топографія чужого: студії до феноменології чужого, пер. з нім. В. І. Кебуладзе, Київ: ППС-2002, 2004, 206 с.
5. Гуссерль Е. Криза європейського людства і філософія: Сучасна зарубіжна філософія. Течії і напрями: хрестоматія. Київ. 1996 С. 62–94.
6. Шинкарук В., Человек и мир человека, Київ: Наук. думка, 1977, 344 с.  
<https://www.culturepartnership.eu/ua/article/pascal-gielen>

***Клименко Оксана Зіновіївна***  
*кандидат історичних наук, доцент,  
завідувач відділу наукових видань  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського,  
klimenko\_oz@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-4821-8503>*

***Сокур Олена Леонідівна***  
*кандидат наук із соціальних комунікацій,  
завідувач відділу науково-методичної роботи  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського,  
sokurolo@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0001-9861-3283>*

## **Базові засади науково-методичної діяльності Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського в умовах воєнного стану**

Діяльність Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ), котра є головним інформаційним базисом сучасних фундаментальних і прикладних досліджень Національної академії наук України (НАН України), «має світоглядну цінність для кожного члена суспільства, становлення особистості та реалізації її соціального призначення» [9, 3]. Концептуальною засадою організації науково-методичної діяльності (НМД) Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського є твердження, що НБУВ є органічним сегментом світового бібліотечного співтовариства, адже всі напрями її діяльності зорієнтовані та чільні тренди «передових національних бібліотек світу та міжнародних організацій в галузі освіти, науки та культури» [9, 3].

Відповідно в умовах воєнного стану ми можемо говорити про репозиціонування НМД НБУВ як невіддільного компонента наукових студій найбільшої книгозбірні країни, що зумовлено реаліями війни, коли значна частина робіт була переведена у дистанційну форму. В умовах бойових дій така «форма <...> стала найоптимальнішою та безпечною, зокрема і в організації заходів із підвищення кваліфікації»

[4, 136]. Визначальним показником репозиціонування науково-методичної діяльності стала участь у заходах із підвищення кваліфікації бібліотечних працівників різних систем і відомств, зокрема і як спікерів. Адже «розвиток компетентностей бібліотечного персоналу сприяє покращенню якості обслуговування користувачів та створює фундамент для інновацій у медіапросторі» [10, 156].

Чинна система підвищення кваліфікації, яка спрямована на удосконалення фахових компетенцій українських бібліотекарів цифрової епохи, в умовах воєнного стану нами класифікована як чільний напрям НМД НБУВ [3]. Зазначимо, що система підвищення кваліфікації є невід'ємним складником НМД і зорієнтована як на бібліотечних працівників НБУВ, так і бібліотек наукових установ НАН України, яких на 01.01.2024 р. нараховувалося 93 (на 01.01.2014 р. – 105) [6, 46]. Заходи з підвищення кваліфікації, тематика яких охоплює актуальні питання бібліотечного будівництва, стали важливою рушійною силою піднесення бібліотечно-інформаційної сфери Української держави в складних умовах бойових дій.

Нами виокремлені такі базові засади науково-методичної діяльності НБУВ, мета яких полягає в оптимізації науково-теоретичного та організаційно-методичного супроводу бібліотечної практики, у час російсько-української війни:

– *прозорість* (інформування про всі заплановані заходи здійснюється на вебпорталі НБУВ та офіційній сторінці у Facebook, у месенджерах Viber і Telegram) та загальнодоступність бібліотечним працівникам усіх систем і відомств;

– *єдність* теорії і практики (НМД базується на сучасних надбанях бібліотекознавства та кращих досягненнях бібліотечної практики, а творча, інтерактивна атмосфера заходів мотивує бібліотекарів цифрової епохи до оволодіння фаховими знаннями та опанування новими навичками);

– *актуальність*, адже затребуваність і пріоритетність дій НБУВ визначається змінами «у політичних, соціально-економічних, соціокультурних та фінансових умовах розвитку держави, у ситуації викликів воєнного часу та плануванні повоєнної відбудови України» [9, 3];

– *безперервність, наступність і перспективність* (майже 100 років тому на Першій конференції наукових бібліотек УСРР було наголошено, що третьою основною функцією наукових бібліотек є «підготовка наукових бібліотекарів» [1, 12], а сьогоднішній вихід на загальнодержавний рівень свідчить про успішне впровадження інноваційних форм та прогресивних методів НМД НБУВ);

– *відповідність змісту визначеним завданням та очікуванням бібліотечного співтовариства*, тобто загалом науково-методична діяльність головного науково-інформаційного комплексу держави націлена на методичний супровід усіх бібліотечних процесів через відповідні



рішення та рекомендації [5, 46].

– *системна бібліотечна взаємодія* (для прикладу, на тематичному семінарі «Наукометрія у практиці наукових бібліотек» (12 грудня 2023 р.) виступили завідувач відділу бібліометрії та наукометрії Інституту інформаційних технологій НБУВ, кандидат наук із соціальних комунікацій Т. Симоненко; провідний бібліограф наукової бібліотеки Інституту археології НАН України І. Черновол; завідувач сектору інформаційно-аналітичної роботи інформаційно-бібліографічного відділу Наукової бібліотеки Харківського національного медичного університету О. Куц [7];

– *професійна компетентність* як співробітників відділу науково-методичної роботи, так і запрошених спікерів для заходів із підвищення кваліфікації (для прикладу, на науково-методичному семінарі «Цифрові можливості академічних бібліотек» (19 березня 2024 р.) доповідали директор Інституту інформаційних технологій НБУВ, доктор наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник К. Лобузін; науковий співробітник відділу бібліотекознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника, кандидат наук із соціальних комунікацій Н. Зубко; науковий співробітник науково-інформаційного відділу Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України С. Козак; завідувачка науково-інформаційного відділу Інституту літератури імені Т. Г. Шевченка НАН України М. Штолько) [8];

– *фахова наукова комунікація* (співробітниками відділу науково-методичної роботи на наукових конференціях, семінарах та круглих столах було виголошено 16 доповідей у 2022 р., 25 – у 2023 р.), що забезпечує інтенсивний розвиток здійснюваних прикладних досліджень та підтверджує діяльність Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського як науково-дослідної установи загальнодержавного значення;

– *різномірність* (науково-методична діяльність НБУВ реалізується на внутрішньовіддільському, міжвіддільському, внутрішньомережевому та загальнодержавному рівнях).

Ми солідарні з В. Загуменною, що у час розвитку цифрових технологій фундаментальна роль НМД полягає «у забезпеченні розвитку бібліотечної галузі та досягненні відповідності між можливостями бібліотек і тими вимогами, які висуває до них суспільство» [2, 20].

Отже, базові засади науково-методичної діяльності Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, мета яких полягає в оптимізації науково-теоретичного та організаційно-методичного супроводу бібліотечної практики, у час російсько-української війни охоплюють прозорість та загальнодоступність, єдність теорії і практики, актуальність, безперервність, наступність і перспективність, відповідність змісту визначеним завданням та очікуванням бібліотечного співтовариства, системна бібліотечна взаємодія, професійна компетент-

ність, фахова наукова комунікація, різнорівневність. Їх комплексне поєднання, з одного боку, якісно впливає на трансформацію змісту науково-методичної діяльності та збагачення її сутності, а з іншого, на професіогенез бібліотечних працівників країни.

#### Список використаних джерел

1. Дубровський В. В. Організація мережі наукових бібліотек УСРР та найближчі завдання в їхній роботі. Бібліотечний збірник. 1926. Ч. 1. Праці Першої конференції наукових бібліотек УСРР. С. 10–16.
2. Загуменна В. В., Кузьменко О. І., Дейч Д. М. Науково-методична діяльність як важлива складова розвитку сучасної бібліотеки. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2020. № 2. С. 20–27.
3. Клименко О., Сокур О. Підвищення кваліфікації бібліотекарів як пріоритетний напрям науково-методичної роботи у НБУВ в умовах суспільних потрясінь. Вісник Книжкової палати. 2023. № 9. С. 37–43. doi: 10.36273/2076-9555.2023.9(326).
4. Клименко О. З., Сокур О. Л. Принципи організації системи підвищення кваліфікації бібліотечних працівників. Towards a Holistic Understanding: Interdisciplinary Approaches to Tackle Global Challenges and Promotion of Innovative Solutions: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Internet Conference, March 14–15, 2024. Dnipro : FOP Marenichenko V. V., 2024. С. 136–138.
5. Кулаковська Т. Науково-інформаційна діяльність у науково-дослідних установах НАН України (2002 р.). Бібліотечний вісник. 2003. № 3. С. 45–50.
6. Сокур О. Л., Клименко О. З. Інформаційно-комунікаційна діяльність бібліотечної мережі Національної академії наук України в системі наукових комунікацій : монографія. Київ : НБУВ, 2023. 297 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0004724>
7. Сокур О. Наукометрія у діяльності українських наукових бібліотек. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : офіц. вебпортал. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/6348>
8. Сокур О. Цифрові можливості академічних бібліотек. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : офіц. вебпортал. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/6444>
9. Стратегія розвитку Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського на 2022–2025 рр. Бібліотечний вісник. 2023. № 2. С. 3–6.
10. Хрущ С. С. Компетентності бібліотечного фахівця як чинник формування інноваційного медиапростору. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2023. № 4. С. 156–164.

**Хіміч Ярослава Олегівна**  
кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1199-3207>  
[ykhimich@nakkkim.edu.ua](mailto:ykhimich@nakkkim.edu.ua)

### **Інформаційна культура та медіаграмотність у забезпеченні екзистенційної стійкості в умовах повоєнного полікультурного середовища**

Екзистенційна стійкість – це поняття, пов'язане з філософією та психологією, що описує здатність особистості утримуватися від стресу, складнощів та викликів життя. Це внутрішня міцність, яка дозволяє людині зберігати гармонію із самим собою та оточуючим світом навіть у складних ситуаціях.

Екзистенційна стійкість може виявлятися у вмінні знаходити сенс та значення у житті, у здатності адаптуватися до змін, у вмінні приймати власні слабкості та недоліки і розвиватися через них. Це поняття також пов'язане з вмінням реалізувати власний потенціал і досягати особистих цілей незважаючи на перешкоди. «Вона (екзистенційна стійкість) проявляється по-різному, але найголовніше, що людина вибудовує собі буттєвий фундамент, в основі якого лежать цінності і чесноти» [1].

Сьогодні Україна та її громадяни «живуть у війні». Само це словосполучення дисонус, бо є амбівалентним. «Життя» та «війна». Але ми живемо, боримось, працюємо, творимо, любимо, виховуємо дітей... Ми знаходимо у собі внутрішній стрижень, переглядаємо пріоритети. Війна змінює світогляд, але загальнолюдські цінності мають залишатися. В цьому контексті, варто згадати й про те, що саме інформація дозволяє нам орієнтуватися в навколишньому середовищі та формувати власну картину світу. Неповна, недостовірна, неактуальна, спотворена, вигадана інформація призводить до хибних уявлень про світ, до формування помилкових висновків, що впливають на подальшу діяльність.

Захистом від ворожих пропагандистських наративів, ПІСО (інформаційно-психологічних операцій), фейкових повідомлень, маніпуляцій та кіберзагроз для сучасної людини наразі є саме вміння працювати з інформацією, а також здатність до критичного аналізу медіаконтенту, розуміння алгоритмів його створення, та усвідомлення його впливу. Для громадян України, в період війни, дані компетентності можуть бути в прямому сенсі, життєво необхідними.

Важливо також наголосити, що збройній агресії рф проти України – гарячій російсько-українській війні передували десятиріччя інформаційної війни. Маніпуляції з минулим, розрахунок на психологію «радянської людини», ностальгію за молодістю, підміна цінностей, спотворення, перекручування історичні події, створення міфів та стереотипів, пов'язаних з питаннями національності, місця проживання, мови, релігії, культури, професії тощо, мали стати, а подекуди і стали підґрунтям для виправдання військових дій. Інформаційні пропагандистські операції медійниками рф поширюються як всередині країни – для внутрішнього споживання, так і активно, агресивно, наступально транслюються назовні, потрапляючи у інформаційний простір України (переважно через соціальні мережі), та створюючи фейкову картину реальності й для інших країн світу.

Отже, питання формування інформаційною культурі і медіаграмотності на сучасному етапі не лише актуалізувались, а й мають розглядатися як складові забезпечення безпеки держави та особистості.

У контексті повоєнного середовища це буде особливо важливим, оскільки люди стикатимуться з великою кількістю різноманітної за які-

стю інформацією, яка може бути суперечливою або навіть шкідливою.

Ми свідомі того, що у цифровому, глобальному світі, де до створення та поширення фейкової інформації вже залучається і штучний інтелект, де медіа, зокрема і соціальні, стають зброєю, не менш загрозливою ніж військова, бо вражає людський розум, важливо мати інструменти захисту, і ними може стати інформаційна та медіа компетентності.

Забезпечення екзистенційної стійкості в таких умовах полягає у розвитку цих компетенцій серед населення. Це має включати в себе освітні програми з медіаграмотності та інформаційної культури, кампанії з підвищення обізнаності щодо проблем маніпуляції інформацією, а також підтримку доступу до об'єктивної та різноманітної інформації для всіх шарів суспільства.

Необхідно принагідно зауважити, що доступ до такої інформації у широкому світі ускладнюється, а часто-густо- просто блокується потужною російською пропагандою. А це, очевидно, вимагає для протидії консолідації наших, українських зусиль на рівні сучасних вимог.

Тому, позбуваючися пострадянських атавізмів і в інформаційній політиці, які, на жаль ще подекуди залишились, маємо, спільно – державні органи, медіаспільнота, науковці, діячі культури, громадські організації -забезпечувати розвиток інформаційної культури та медіаграмотності – цих надважливих факторів для стійкості та адаптації у повоєнних умовах, допомагаючи людям зберігати основні цінності, культурну самобутність та розуміти світ навколо них.

#### **Список використаних джерел**

Шевчук Д. Стоїцизм як філософія екзистенційної стійкості. Науковий журнал «Наукові записки Національного університету «Острозька академія» серія «Філософія», [S. 1.], n. 24, p. 55–60, 2023. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philosophy/article/view/3877>

**Курасов Владислав Георгійович**

*аспірант НАКККіМ*

*dis5123.vkurasov@dakkkim.edu.ua*

*<https://orcid.org/0009-0006-8949-6349>*

*Науковий керівник: **Копієвська Ольга Рафаїлівна,***

*доктор культурології, професор, професор*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Працевлаштування та захист українців за кордоном під час збройної агресії рф проти України**

Працевлаштування українців за кордоном залишається дуже актуальним і важливим питанням для багатьох громадян України з різних соціальних та економічних шарів суспільства, особливо від початку російської агресії на території України.

Для багатьох українців працевлаштування за кордоном є способом поліпшення фінансового стану та захисту себе і своєї сім'ї. У зв'язку з оголошенням воєнного стану та економічними труднощами в Україні, багато людей стикаються з проблемою безробіття. Процес пошуку роботи у власній країні може бути складним, тому працевлаштування за кордоном стає альтернативою для забезпечення доходу. Деякі українці шукають можливості для розвитку своєї кар'єри та професійного зростання, які можуть бути недоступні в Україні. Робота за кордоном може відкривати нові перспективи та можливості для отримання досвіду та знань. Також, працюючи за кордоном, українці мають можливість вивчати інші культури, отримувати нові навички та знання, а також покращувати свої мовні навички. Цей міжнародний досвід може бути корисним для подальшого професійного та особистого розвитку.

Європейські країни підтримують громадян України, які змушені були залишити країну у зв'язку із повномасштабним вторгненням російської федерації. З цією метою розроблені спеціальні інформаційні матеріали українською мовою для біженців з України, що можуть їм допомогти у пошуку роботи та ознайомлять із основними правилами працевлаштування у відповідній країні, а також містять корисні контакти та телефони екстрених служб.

В Україні працюють консультаційні (кадрові) агентства з міжнародного працевлаштування – це організації, які спеціалізуються на наданні послуг та консультацій з питань працевлаштування за кордоном. Ці агентства можуть мати спеціалізацію на певних ринках праці або в певних галузях, таких як інформаційні технології, медицина, освіта тощо. Вони надають різноманітні послуги, які можуть включати:

- консультації з питань вибору країни та робочих умов;
- пошук вакансій в іноземних компаніях або організаціях;
- підготовка та оформлення необхідних документів для працевлаштування;
- підтримка та підготовка до співбесіди з роботодавцями;
- допомога з переїздом та адаптацією в новій країні.

Важливо пам'ятати, що процедури та вимоги для працевлаштування українців за кордоном можуть відрізнятися в залежності від країни та типу роботи.

Працевлаштування українців за кордоном включає ряд обов'язкових документів та процедур, які необхідно виконати для отримання роботи або працевлаштування у іншій країні.

Необхідний мінімум – це закордонний паспорт, основа для легального перебування (робоча віза, посвідка на проживання в європейській країні) і дозволу на роботу, які видають відповідні офіційні установи у європейських країнах на запит роботодавців.

У Європі зараз існують різні варіанти прийому українців, які залишають свою країну через воєнний конфлікт. З одного боку, біженцям може бути наданий статус тимчасового захисту, що дозволяє їм шукати роботу. З іншого боку, існує процедура працевлаштування, для якої потрібно отримати стандартний дозвіл на роботу. Ця процедура діяла як до початку повномасштабного вторгнення, так і зараз залишається незмінною. Українці можуть здійснити цей процес на основі стандартних дозволів на роботу та документів, що легалізують їх перебування в країнах Європи.

Варіантом для працевлаштування за кордоном є отримання тимчасового захисту. У більшості випадків для цього не потрібні спеціальні дозволи. Особа, яка має громадянство України, захищена країною, що її прийняла, і має доступ до певних пільг і можливостей. Якщо особа постійно проживала в Україні і залишила країну 24 лютого 2022 року або пізніше у зв'язку з війною, вона може отримати тимчасовий захист у будь-якій країні ЄС.

Такий захист надається протягом не менше одного року і може бути продовжений залежно від ситуації в Україні. Права, передбачені Директивою про тимчасовий захист, включають дозвіл на проживання, доступ до ринку праці, житло, медичну допомогу та освіту для дітей.

Право на тимчасовий захист надається «негайно», для його отримання потрібно лише слідкувати за вказівками державних органів та довести їм своє громадянство, статус міжнародного захисту або подібний статус, а також факт проживання в Україні або наявність сімейних зв'язків, що дають право на тимчасовий захист.

На сьогодні, працевлаштування за кордоном залишається надзвичайно актуальним та важливим питанням для багатьох громадян України. У зв'язку з війною у власній країні багато громадян стикаються з проблемами безробіття та небезпекою для життя, що змушує їх шукати можливості працевлаштування та захисту за кордоном. Європейські країни продовжують надавати підтримку громадянам України, що потребують захисту внаслідок війни. Створені спеціальні програми та інформаційні матеріали спрямовані на допомогу українським біженцям у пошуку роботи та адаптації у нових умовах. Консультаційні агентства з міжнародного працевлаштування також забезпечують підтримку та допомогу українцям у процесі переїзду та адаптації в інших країнах.

*Паламаренко Василь Юрійович*

*аспірант НАКККіМ*

*vpalamarenko@gmail.com*

*ORCID 0000-0002-9059-1531*

*Науковий керівник: Шевченко Наталія Олександрівна,*

*кандидат педагогічних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Модернізація національного соціокультурного простору шляхом удосконалення вітчизняного інформаційного виробництва**

Інтелектуальний потенціал людства та комунікаційні обміни зазнали разючих змін внаслідок появи інформаційних технологій, що удосконалили доступ до наукових і культурних здобутків кожного народу і кожної держави. Розв'язання актуальних проблем сучасного суспільного розвитку неможливе без інтернет-ресурсів та аналітичних баз оцифрованої інформації, а використання як традиційної, так і новітньої інформації стали основою інформаційної бази суспільства, що складається з сукупності інформаційних ресурсів; інформаційного виробництва; системи соціальних комунікацій та їх взаємодії у цьому процесі [4].

В цьому контексті інформаційне забезпечення ефективного розвитку вітчизняного соціокультурного простору в умовах військових дій набуває першочергового значення як для державних суб'єктів інформаційної інфраструктури, так і для всіх соціальних інформаційних ресурсів сучасного українського суспільства.

Сучасна інформатизація українського суспільства відбувається шляхом розширення можливостей ресурсів державних інформаційних центрів соціальних мереж і тематичних блогів, бібліотечних, інформаційно-аналітичних та архівних центрів, розвитку цифрових послуг, що призводить до прискореного розвитку вітчизняного соціокультурного середовища [3], втім, дуже часто у простір комп'ютеризованої та віртуальної культури, витісняючи живе спілкування.

Протягом останніх чотирьох років, починаючи з локдаунів під час пандемії та вимушене онлайн-навчання і віддалена робота у період військового протистояння з російськими окупантами, спостерігаємо варіативні приклади занять у віртуальному просторі, до числа яких відносяться: проведення онлайн-тренінгів та онлайн-майстер-класів, конкурсів, акцій, розіграшів, проектів, курсів, занять медіаклубів, гуртків; блоги і вебогляди, відеоконференції і вебінари на різноманітних платформах [1].

Все це, завдяки високій якості комунікацій і технічним можливостям наукових, освітніх і культурних установ, створює умови для належного представлення української історії та культури у світовому інфо-

рмаційному просторі, створення цифрових об'єктів для зміцнення інформаційного суверенітету держави у вимірах сьогодення, що потребує державного й комерційного фінансування, залучення провідних музейних, бібліотечних та архівних установ України, вироблення єдиної стратегії відбору об'єктів, що становлять національну культурну спадщину, участі культурних і наукових інституцій.

Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України, що почала реалізовуватися у 2018-2020 роках, заклала основи цифровізації освітніх процесів та дала поштовх для розбудови цифрової інфраструктури на території всіх регіонів, цифрових інновацій у всіх сферах економіки, розвитку цифрових технологій для достойного представлення національних наукових, промислових і соціокультурних здобутків у глобальному інформаційному просторі.

У мережевому суспільстві зростає роль бібліотеки як соціального та культурного інституту, що ефективно впливає на вітчизняне інформаційне виробництво. Саме на базі національних бібліотек у багатьох країнах світу створені потужні електронні бібліотеки, що містять інформаційні ресурси різних напрямів, обсягу і якості, які доступні користувачам через глобальну мережу «Інтернет». В нашій країні успішно функціонують електронна бібліотека «Культура України», яка використовує електронний каталог Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого, інтегрований ресурс «Електронна бібліотека «Україніка», який створений з ініціативи співробітників Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, а завдяки зусиллям The Mozart Group уже влітку 2022 року для захисників України була запущена платформа під назвою «Мінібібліотека українського військового» [2].

Таким чином, модернізація національного соціокультурного простору передбачає створення інформаційно-аналітичної бази суспільства, що використовує традиційні та новітні інформаційні технології; розбудову й трансформацію цифрової інфраструктури; розширення державних і громадянських ресурсів мережевого суспільства; створення цифрових об'єктів, що становлять національну культурну спадщину; репрезентацію інформаційного середовища на інтегрованих ресурсах електронних бібліотек, що доступні широкому колові користувачів.

#### **Список використаних джерел**

1. Івашкевич О. В. Цифрова трансформація бібліотек України: сьогодення та перспективи. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2021. № 2. С. 50–56.
2. Добровольська В. В., Чередник Л. А. Інноваційна діяльність бібліотек у умовах цифрового суспільства. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2023. № 1. С. 5–11.
3. Національні інформаційні ресурси як інтегративний чинник вітчизняного соціокультурного середовища: [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України. Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ. 2014. 296 с.
4. Традиційні та інноваційні інформаційні ресурси в бібліотечних фондах – джерело розвитку духовної сфери українського суспільства URL: [https://www.nas.gov.ua/siaz/Ways\\_of\\_development\\_of\\_Ukrainian\\_science/article/15086.1.043.pdf](https://www.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/15086.1.043.pdf) (дата звернення 30.04.2024)



*Побережна Тетяна*  
аспірантка НАКККиМ  
dis5121.tpoberezhna@dakkkim.edu.ua  
orcid.org/0009-0006-7028-6253

*Науковий керівник: Загуменна Віра Вікторівна,*  
кандидат педагогічних наук, професор, професор  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККиМ

## **Концептуалізація дослідження трансформації діяльності публічних бібліотек Поділля у сучасних умовах**

У цифровому суспільстві українські публічні бібліотеки, як традиційний соціальний інститут, не лише «надають доступ до інформації та знань, сприяють освіті та навчанню, а також підтримують культурне життя» [3, с. 148], але й постійно зорієнтовані на адаптацію та впровадження інновацій задля забезпечення доступу до знань, підтримці культурного розвитку і сприянні цифрової грамотності та медіакультури користувачів.

Публічні бібліотеки Поділля є невід’ємним складником української інформаційно-бібліотечної сфери, тому основні напрями їхньої діяльності повністю узгоджуються зі стратегічними завданнями бібліотечної справи загалом. Незважаючи на цей факт, мережа книгозбірень Поділля, оптимально реагуючи на виклики сьогодення, має свої характерні особливості та відмінні риси.

Необхідно вказати, що Поділля – історико-географічна область України, яка охоплює територію сучасних Тернопільської (південь), Хмельницької (без північної смуги), Вінницької, північні райони Одеської областей, а також невеликі прилеглі території Житомирської, Черкаської, Миколаївської, Кіровоградської та Київської областей.

Згідно ст. 6 базового закону [3], нами досліджені за призначенням публічні бібліотеки, які за змістом фондів є універсальними, а за значенням це були обласні, міські, районні, селищні та сільські бібліотеки. Грунтуючись на термінологічному підході, нами запропоноване таке розуміння поняття «публічні бібліотеки Поділля», що стало базовим концептом дослідження.

Публічні бібліотеки Поділля – це безоплатні загальнодоступні культурно-освітні заклади, котрі оперативно забезпечують відкритий доступ до власних фондів, інформації та знань для мешканців громади (від дошкільнят до людей похилого віку, осіб з особливими потребами) та всіх категорій віддалених користувачів, успішно задовольняють виховні, дозвілєві, духовні, інформаційні, освітні, соціалізуючі та інші потреби читачів, намагаються «бути всім для всіх», тобто у теперішньому ландшафті своїх територіальних громад функціонують як авторитетні центри духовно-творчої комунікації [2, с. 58].

На сьогодні в українському бібліотекознавстві відсутнє комплекс-

не системне дослідження, у якому розкриті вплив децентралізації на трансформацію публічних бібліотек Поділля, тому, враховуючи вплив зовнішніх факторів, що зумовили значні зміни, які зараз активно відбуваються в українській інформаційно-бібліотечній сфері, обрана нами тема є надзвичайно актуальною. Також злободенність заявленої теми дослідження зумовлена особливостями діяльності, змінами пріоритетів, збільшенням функцій і розширенні завдань публічних бібліотек Поділля в умовах воєнного стану, що визначальним чином вплинуло на організацію української бібліотечної практики загалом.

Основними результатами проведеного нами дослідження стали: розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення діяльності публічних бібліотек Поділля та вироблення оптимальних стратегій їхнього інноваційного розвитку в умовах розвитку громадянського суспільства, визначення перспективних напрямів створення електронних ресурсів публічними бібліотеками та аргументування ефективних кроків щодо забезпечення інформаційних та ін. потреб користувачів у сучасних умовах.

Нормативно-правова база вивчення функціонування українських публічних бібліотек охоплювала:

– закони України («Про інформацію» (1992), «Про бібліотеки і бібліотечну справу» (1993), «Про інноваційну діяльність» (2002), «Про доступ до публічної інформації» (2011), «Про цифровий контент та цифрові послуги» (2023);

– Укази Президента України («Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» (2019), «Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2022 роки» (2021), «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» (2021);

– Розпорядження Кабінету Міністрів України («Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України» (2016), «Про схвалення Концепції розвитку електронної демократії в Україні та плану заходів щодо її реалізації» (2017), «Концепція розвитку цифрових компетентностей» (2021)) та ін. нормативно-правові акти.

Успішному вирішенню комплексу поставлених завдань дослідження передувало ґрунтовне вивчення фундаментальних жанрів наукової літератури, котра включала (у дужках наведено найзначніші джерела серед значного масиву опрацьованих публікацій):

дисертаційні дослідження (К. Бережна «Публічні бібліотеки України: вектори модернізації в інформаційному суспільстві», І. Давидова «Інноваційна політика бібліотек України: зміст та стратегії розвитку в інформаційному суспільстві», В. Добровольська «Інформаційно-документаційне забезпечення розвитку соціокомунікаційного простору культури України в епоху цифрового суспільства», Є. Забіянов

«Формування краєзнавчої електронної бібліотеки півдня України: теоретико-організаційні засади», О. Ісаєнко «Розвиток інноваційних бібліотечних технологій інформаційного обслуговування в Україні (1980–2007 рр.)», М. Маранчак «Стратегії репутаційного інтернет-маркетингу у публічних бібліотек України», О. Пестрецова «Інформаційно-правове обслуговування в діяльності бібліотеки як соціально-комунікаційного центру», Ю. Половинчак «Бібліотека в системі мережових інтерактивних практик формування національної ідентичності», В. Струнгар «Бібліотечна складова в системі суспільного використання соціальних медіа», С. Хрущ «Формування інноваційного медіапростору в публічних бібліотеках України», С. Шемаєв «Взаємодія бібліотек, музеїв, архівів у комунікаційному просторі України»);

– монографічні видання (О. Башун «Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек», О. Воскобойнікова-Гузєва «Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація», О. Клименко і О. Сокур «Інформаційно-комунікаційна діяльність бібліотечної мережі Національної академії наук України в системі наукових комунікацій», М. Слободяник «Наукова бібліотека: еволюція структури і функцій», «Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору» (колектив науковців Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського), Г. Шемаєва «Електронні ресурси бібліотек України в системі наукових комунікацій»);

– статті з фахової періодики, матеріали конференцій різного рівня бібліотекарів-практиків та науковців;

– навчальні та практичні посібники («Бібліотеки – Хаби цифрової освіти» (2023), «Взаємодія органів державної влади та громадянського суспільства» (Ю. Сурмін, А. Михненко, Т. Крушельницька та ін.), «Громадянське суспільство: історія та сучасність» (2010), Молодіжні простори в бібліотеках» (УБА), Г. Почепцов і С. Чукут «Інформаційна політика» та ін.),

Значний масив емпіричного матеріалу було зібрано на вебсайтах, блогах, на сторінках у соціальних мережах публічних бібліотек Поділля. Тобто, застосування в щоденну практичну діяльність цих книгозбірень сучасних інформаційно-комунікаційних технологій уможливило відповідність реагування викликам війни, сприяло оперативній відповіді на усі потреби (дозвіллеві, духовні, інформаційні, культурні, освітні, рекреації, соціалізації тощо) різних категорій користувачів (дошкільнята, школярі, молодь, люди похилого віку, громадяни з обмеженими можливостями, внутрішньо переміщені особи) як у реальному, так і віртуальному просторі.

Отже, теоретичним підґрунтям для оптимального вирішення комплексу поставлених завдань дослідження трансформації діяльності публічних бібліотек Поділля у сучасних умовах, що репрезентує зага-

льно-теоретичний і теоретико-прикладний рівні вирішення актуальних питань бібліотечного будівництва, становили чинна нормативно-правова база (закони України, Укази Президента України, Розпорядження Кабінету Міністрів України), фундаментальні жанри наукової літератури (дисертації, монографії, статті з фахової періодики і матеріали конференцій різного рівня, навчальні та практичні посібники) та електронні публікації (вебсайти, блоги, сторінки у соціальних мережах).

Загалом здійснене дослідження, котре результувалося в отриманні правомірних висновків, які базуються на широкому фактологічному матеріалі, розширило уявлення про роль та значення публічних бібліотек Поділля в житті громад та розкрило особливості основних напрямів діяльності цих книгозбірень у сучасних умовах. Позаяк, публічні бібліотеки Поділля, плідно модернізуючи українську бібліотечну інфраструктуру, сьогодні стали як сучасними центрами життя громади, так і ефективно виконують роль своєрідних культурних хабів, тобто намагаються «бути всім для всіх», що засвідчує зорієнтованість цих книгозбірень на розвиток духовно-інтелектуального потенціалу своїх користувачів у режимі 24/7.

#### Список використаних джерел

1. Кудлай В. Роль бібліотек у цифровому суспільстві: виклики та інновації. Бібліотека. Люди. Війна. Втрати і звершення : зб. тез і повідомлень Всеукр. наук.-практ. конф., 8 листоп. 2023 р. / М-во культури та інформ. політики України, Нац. іст. б-ка України, Ін-т історії України НАН України, Центр дослідження історико-культурної спадщини України, Нац. спілка краєзнавців України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, кафедра інформ. технологій; ред. кол.: А. Скорохатова (голова), Н. Волошинська, Т. Спанчак, О. Михайлова, Р. Маньковська, Т. Новальська, О. Покропивна, М. Цінська. Київ, 2023. С. 148–152. (Сьомі Краєзнавчі читання пам'яті Петра Тронька).
2. Побережна Т. І. Трансформація діяльності публічних бібліотек Поділля в умовах воєнного стану. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2023. № 4. С. 56–62.
3. Про бібліотеки і бібліотечну справу : Закон України від 27.01.1995 р. № 33/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80#Text>

*Артеха Інна Ігорівна*

*здобувачка приватного вищого навчального закладу  
«Київський університет культури»*

*Науковий керівник: Сенченко Оксана Миколаївна,  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
старший викладач Приватного вищого  
навчального закладу «Київський університет культури»*

## Медійний простір в умовах воєнного конфлікту

Інформаційна війна, яка ведеться паралельно з військовими діями, стає вирішальним фронтом, що впливає на міжнародну підтримку, національну єдність, та моральний дух суспільства. Українські ЗМІ

адаптувалися до умов війни, наголошуючи на важливості чесності, неупередженості та швидкого поширення новин. Війна підкреслює значну роль цифрової журналістики та соціальних медіа у формуванні суспільного сприйняття. Хоча ці платформи пропонують переваги з точки зору швидкості та охоплення, вони також створюють проблеми, пов'язані з поширенням дезінформації та пропаганди, що підкреслює потребу в надійних механізмах модерації та перевірки вмісту.

Російська пропаганда, використовуючи широкий спектр медійних інструментів, прагне деформувати реальність, впливаючи на громадську думку як в Україні, так і за її межами, щоб легітимізувати свої дії та деморалізувати опонентів. Українські медіа зіткнулися з викликами, пов'язаними з необхідністю забезпечення об'єктивного висвітлення подій, протистояння спробам зовнішнього інформаційного втручання, та зміцнення інформаційної безпеки країни.

Додаткову актуальність темі надає глобальний контекст інформаційний воєн, де медійний простір стає ареною для міжнародного впливу та пропагандистських кампаній. В умовах глобалізації та розвитку цифрових технологій інформаційний вплив не обмежується національними кордонами, а розповсюджується у всесвітньому масштабі, що змушує переосмислити підходи до національної безпеки та ролі журналістики в захисті демократичних інститутів.

Українська журналістика зосередилася на протидії російській пропаганді, наголошуючи на висвітленні фактів, медіаграмотності та використанні цифрових платформ для поширення інформації. Зусилля включають критичний аналіз новин про війну, пропаганду незалежності України та викриття російської агресії через різні медіа-канали [1]. Як зазначає Маруховська-Картунова О. роль цифрової журналістики та соціальних медіа у формуванні суспільного сприйняття була надзвичайно важливою. Ці платформи дозволили швидко поширювати новини та полегшили взаємодію з аудиторією, хоча вони також створюють проблеми через поширення дезінформації російською пропагандою [2].

Цифрова журналістика та роль соціальних медіа у формуванні суспільного сприйняття російської агресії в Україні розглядається як важлива складова сучасного інформаційного простору. Мова йде про швидке поширення новин, взаємодію з аудиторією та виклики, які створює російська пропаганда через маніпуляції та поширення фейкових новин. [2].

Використовуються специфічні мовні стратегії, щоб впливати на громадську думку та формувати наратив. Це передбачає використання термінології, дискурсу та технік фреймування для маніпулювання мовою та увічнення певних наративів. Дослідження медійної війни між росією та Україною має на меті дослідити лінгвістичні аспекти медійної війни, аналізуючи, як обидві сторони використовують мову,

термінологію та дискурс, щоб впливати на громадську думку та наративи [3].

Соціальні мережі надають унікальну можливість взаємодії з різними цільовими групами, адаптуючи контент до їхніх інтересів та потреб. Це дуже важливо для того, щоб допомогти людям, які можуть стати жертвами пропаганди, і підвищити рівень інформованості серед тих, хто залишається нейтральним або не має достатньо інформації.

Соціальні мережі дозволяють не просто поширювати інформацію, а й вступати в діалог з аудиторією, відповідати на її запитання зі зворотнім зв'язком та формувати спільноти, об'єднані спільними цілями і переконаннями. Це сприяє підвищенню довіри та критичного мислення серед користувачів.

Використання різноманітних соціальних платформ (Facebook, Twitter, Instagram, Telegram тощо) дозволяє охопити ширшу аудиторію і адаптувати стратегії комунікації під особливості кожної з них, забезпечуючи більш ефективну протидію пропаганді.

Соціальні мережі надають інструменти для моніторингу публічної думки, тенденцій та реакцій на певні події або інформаційні кампанії. Це дозволяє оперативно адаптувати стратегії взаємодії з аудиторією та підвищувати ефективність контрпропагандистських зусиль.

Співпраця з популярними блогерами та інфлюенсерами, які мають значний вплив на свої аудиторії, вагомо підсилить ефективність протидії пропаганді. Інфлюенсери можуть допомогти в поширенні правдивої інформації, контрнарративів та залучити значну кількість користувачів до критичного осмислення інформаційних потоків. Використання соціальних мереж для реалізації освітніх проєктів, спрямованих на розвиток медіаграмотності та критичного мислення, надасть змогу підвищити рівень захисту аудиторії від пропаганди.

Станом на 2024 рік соціальні мережі стали вагомим інформаційним простором України. Вони відіграють ключову роль у формуванні громадської думки та взаємодії з аудиторією у контексті боротьби з російською пропагандою. Вони надають можливість швидкого розповсюдження інформації, взаємодії з аудиторією та глобального охоплення. Однак, вони також виявляються вразливими до маніпуляцій та поширення неправдивої інформації. Ефективне використання соціальних мереж для інформування громадськості та протидії дезінформації передбачає розуміння стратегій пропаганди та розробку відповідних контрстратегій.

#### **Список використаних джерел**

1. Boronchuk, Z. (2022). Countering Russian Propaganda During the War. *Foreign Affairs*, 32(6), 16-22.
2. Marukhovska-Kartunova, O., Marukhovskiy, O., Aleksandrova, M., Ivanova, I. & Lebedenko N. (2023). Digital journalism and the role of social media in shaping public perception of russian aggression in Ukraine. *Amazonia Investiga*, 12 (69), 143-153.
3. Eldin, A. (2024). URL: <https://doi.org/10.21608/jwadi.2023.320760/>

**Камінська Анна Олександрівна**

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Загуменна Віра Вікторівна,*

*заслужений працівник культури України,*

*кандидатка педагогічних наук, професорка, професорка  
кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Основні пріоритети та моральні цінності сучасного бібліотекаря в умовах воєнного стану**

«Бібліотека – інформаційний, культурний, освітній заклад (установа, організація) або структурний підрозділ, що має упорядкований фонд документів, доступ до інших джерел інформації та головним завданням якого є забезпечення інформаційних, науково-дослідних, освітніх, культурних та інших потреб користувачів бібліотеки» [1].

Розуміння сучасної бібліотеки передбачає усвідомлення, що це не лише сховище для книг, але й своєрідний електронний архів, місце, де можна отримати доступ до інформації у будь-якій формі – як на паперових, так і на електронних носіях. Сьогодні бібліотека – це також місце відпочинку, спілкування, підготовки наукових публікацій, обговорення проектів тощо.

Також це соціальний інститут, що спрямовує свою діяльність на забезпечення рівних можливостей у доступі до інформації, враховуючи процеси гуманізації освіти, її цифровізації та відкритості. Бібліотека має здатність забезпечити якісний технологічний, соціальний та освітній доступ до інформації [2].

Важливу роль в бібліотеці відіграє бібліотекар. Бібліотекар – це фахівець, який працює у бібліотеці та має спеціальну освіту у галузі бібліотечної справи. Його обов'язки включають обробку, зберігання та видачу літератури, навчання користувачів користуванню книгами та іншими джерелами інформації, а також пошук, відбір та критичну оцінку інформації. Працівник бібліотеки проводить як індивідуальну, так і групову роботу з читачами [3].

У світі, де інформація є ключем до розвитку та успіху, роль бібліотекаря стає надзвичайно важливою. Сучасний бібліотекар не лише забезпечує доступ до різноманітних джерел інформації, а й має певну відповідальність перед суспільством за збереження культурного надбання минулих поколінь та забезпечення етичного, об'єктивного обслуговування.

У цьому контексті основні пріоритети та моральні цінності стають фундаментальними принципами, які визначають діяльність та поведінку сучасного бібліотекаря.

Розглянемо основні пріоритети сучасного бібліотекаря.

Першочерговим пріоритетом сучасного бібліотекаря є забезпечення доступу до інформації. У епоху швидких технологічних змін та

постійного розвитку суспільства доступ до знань є важливішим, ніж коли-небудь. Бібліотекарі виступають у ролі посередників між користувачами та інформацією, забезпечуючи доступ до різноманітних джерел знань та допомагаючи в їхньому знаходженні. Це охоплює не лише фізичний доступ до книжкових фондів, але й організацію електронних ресурсів та баз даних, що відображають найновіші досягнення у різних галузях знань.

Другим важливим пріоритетом є захист і збереження культурної спадщини. Бібліотеки містять у собі велику кількість матеріалів, що відображають історію та культуру різних народів. Бібліотекарі не лише зберігають ці матеріали, але й активно працюють над їхнім збереженням та відновленням для майбутніх поколінь. Це як фізичне зберігання раритетних видань, так і цифрові архіви та колекції, які зберігаються в електронному форматі.

Третім пріоритетом є підтримка розвитку читацької культури та інформаційної грамотності. Бібліотекарі проводять різноманітні заходи та програми, спрямовані на підвищення інформаційної грамотності серед користувачів, а також на стимулювання інтересу до читання та вивчення.

Потрібно пам'ятати, що ми живемо в умовах повномасштабної війни і в таких реаліях на бібліотекарів та на бібліотеки цілком покладаються такі напрями роботи:

- волонтерська діяльність;
- захист інформаційного простору;
- заходи, спрямовані на формування української ідентичності.

Різноманітні напрями волонтерської діяльності у бібліотеках під час воєнного конфлікту охоплюють широкий спектр заходів – від збирання книг для захисників та переселенців до виготовлення маскувальних сіток, шиття білизни та приготування сухпайків. У бібліотеках для тимчасово переміщених осіб та місцевих мешканців завжди відчувається гостинність, оскільки сучасна бібліотека – це універсальне відкрите приміщення з різноманітними функціями. Вона об'єднує в собі якісний літературний фонд, місце для зустрічей і спілкування, а також центр розвитку громад.

Протягом років активної трансформації бібліотечні установи набули великого досвіду успішної співпраці з комунальними та громадськими організаціями, волонтерами, майстрами тощо. Бібліотеки здатні організувати розваги для будь-яких вікових груп, а це допомагає забути про жахи війни хоча б на деякий час.

Захист інформаційного простору.

Фейки та маніпуляції є головною зброєю російських окупантів у сучасній інформаційній війні. Дезінформація – це свідомо спотворене повідомлення, спрямоване на введення громадськості та політиків в оману. Часто це є основною стратегією для досягнення політичних,



військових та пропагандистських цілей. Однією з найпоширеніших форм дезінформації є поширення фейків – неправдивих новин, подій або журналістських матеріалів, основна мета яких полягає в посіванні сумнівів. Бібліотеки активно включаються у захист інформаційного простору та боротьбу з фейками. Вони створюють різні курси, інформаційні дайджести, проводять лекції навчаючи громадян нашої країни фільтрувати інформацію, відрізнити правду від брехні, розпізнавати фейки та боротись з ними.

Заходи, спрямовані на формування української ідентичності.

Бібліотеки організовують курси з української мови, розмовні та красназавчі клуби. Бібліотекарі спільно з партнерами проводять різноманітні заходи, присвячені історичним подіям, відновлюють звичаї та традиції, популяризують твори українських авторів та митців. Одним із ефективних інструментів, що сприяє формуванню української ідентичності, є знання історії. Українські бібліотеки продовжують активно залучатися до відновлення історичної справедливості через активну популяризацію історичної спадщини України [4].

Зважаючи на пріоритетні напрями роботи бібліотекарів потрібно приділити значну увагу їх моральним цінностям, адже вони є складовою роботи бібліотекарів. Моральність бібліотекаря проявляється у повазі до прав і приватності користувачів. Бібліотекар завжди повинен дотримуватися етичних стандартів і забезпечувати конфіденційність інформації, отриманої в процесі роботи. Це важливо для забезпечення довіри користувачів до бібліотеки та збереження її авторитету як надійного джерела інформації. Документ -Український Кодекс етики бібліотекаря пропонується як набір етичних положень і рекомендується для використання кожним бібліотекарем та інформаційним працівником для гідного здійснення ними своєї професійної діяльності та підвищення ефективності виконання посадових обов'язків [5].

Бібліотекар повинен керуватися принципом об'єктивності та неупередженості у своїй роботі. Він має надавати послуги всім користувачам без дискримінації за будь-якими ознаками. Об'єктивність у відборі та наданні інформації є важливим аспектом професійної діяльності бібліотекаря, який забезпечує рівний доступ до знань для всіх.

Крім того, моральні цінності сучасного бібліотекаря включають в себе відданість професійним стандартам і якості обслуговування. Бібліотекар повинен прагнути до постійного вдосконалення своїх знань і навичок, щоб надавати користувачам якісні послуги та задовольняти їхні потреби.

Отже, основні пріоритети та моральні цінності сучасного бібліотекаря визначають його професійну діяльність та відносини з користувачами. Забезпечення доступу до інформації, збереження культурної спадщини, підвищення читацької культури та інформаційної грамотності є ключовими завданнями бібліотекаря у сучасному суспільстві.

Важливою моральною цінністю є етичність у взаємодії з користувачами, захист конфіденційності та об'єктивність у наданні послуг. Ці принципи лежать в основі довіри та поваги до професії бібліотекаря.

Усвідомлення та дотримання цих пріоритетів та цінностей дозволяє бібліотекарям ефективно виконувати свою місію – забезпечення доступу до інформації та культурної спадщини для всіх членів суспільства.

#### **Список використаних джерел**

1. Про бібліотеки і бібліотечну : Закон України від 27.01.1995 р. Відомості Верховної ради України. 1995. № 7. Ст 45.
2. Палеха Ю. І. Бібліотека як потужний інформаційний центр сучасності. URL : <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/422>
3. Словник бібліотечних термінів. Блог Централізованої бібліотечної системи Солом'янського району міста Києва. URL : [http://olga-solom.blogspot.com/p/blog-page\\_6.html?m=1](http://olga-solom.blogspot.com/p/blog-page_6.html?m=1)
4. Діяльність бібліотек в умовах війни : методичний poradnik бібліотекаря. Чернігівська ОУНБ ім. В. Г. Короленка ; уклад. О. Шурубенко ; відп. за вип. В. Примака. Вип. 9. Чернігів, 2022. 64с.
5. Кодекс етики ІФЛА для бібліотекарів та інших інформаційних працівників : затверджено Радою ІФЛА серпні 2012 р. URL :<http://surl.li/tfjvx>.

***Крупський Євгеній Максимович***

*здобувач НАКККіМ*

*Науковий керівник: Хімич Ярослава Олегівна,*

*кандидат історичних наук, доцент, доцент*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Роль інформаційної культури та медіаграмотності в інформаційних війнах**

З початком інформаційної епохи людський прогрес стрімко почав набирати оберти. Радикальний перехід світу до інформаційного середовища сприяв появі таких понять як: інформаційне суспільство, інформаційні ресурси, інформаційні технології та ін. Проте всю історію людства мирні часи завжди крокували поряд з більш революційним рушієм змін – війнами. В 21 столітті війни не лише не зникли як архаїчний прояв минулого, але й стали більш смертоносними й небезпечними. І звісно з появою інформаційного світу виникли й інформаційні війни.

Інформаційна війна представляє собою комплекс заходів, спрямованих на маніпулювання інформацією та формування певної перспективи реальності з метою досягнення політичних та соціальних цілей. Вона базується на використанні різноманітних засобів масової інформації, інтернету та соціальних мереж для поширення дезінформації, маніпулювання громадською думкою та формування певних уявлень. Суть інформаційної війни полягає в тому, що для досягнення своїх

цілей вона не потребує прямого використання фізичної сили чи насильства. Її метою є зміна сприйняття подій, створення альтернативної реальності та маніпуляція суспільною свідомістю. Основні інструменти інформаційної війни включають фейки, свідомо неправдиві новини, інформаційні атаки та дезінформацію [5].

У контексті війни в Україні, захист національного інформаційного простору стає критичним завданням, що вимагає не лише заходів з інформаційної та кібернетичної безпеки, але й активного розвитку медіаграмотності [1].

Війна в Україні наочно підтверджує, що медіаграмотність – це не лише тема для академічних дискусій, але і критичний процес формування необхідних навичок, який потрібно розпочинати ще з початкової освіти. Тому, в першу чергу, необхідно розглядати процес формування медіаграмотності в Україні як життєво важливу стратегію захисту від спотвореної інформації, «озброюючи» людей навичками інформаційної гігієни, формуючи медіакомпетентності та здатності відрізнити правду від брехні, відслідковувати причинно-наслідкові зв'язки, перевіряти надійність джерел тощо [4].

Медіа починають інформаційні війни значно раніше й швидше за час падіння артилерійського снаряду та, іноді, вирішують: чи буде взагалі зроблено постріл

Так у 2014 році російські війська майже без спротиву окупували Кримський півострів. До самої анексії велася окупація інформаційного простору жителів півострову (наративи про те що Крим насправді російський й у 1954 році був несправедливо «подарований УРСР першим секретарем ЦК КПРС Хрущовим) тощо. У той час в Україні не було ресурсів й інструментів для протидії цьому вторгненню, тому на момент 2014 року росіяни мали більше прихильників й змогли захопити українську територію.

У ввідзеркаленні подій нинішнього часу резонують слова Натана Масра Ротшильда вимовлені Уїнстоном Черчиллем в своїй промові у 1944 році: «хто володіє інформацією той володіє світом». І дійсно, бути свідомим щодо дій ворога – перший крок до перемоги у війні.

Нині в Україні існують державні ініціативи й програми щодо впровадження знань та навичок медіаграмотності серед населення, серед них:

– «Дія.Освіта»: Це ряд заходів, які охоплюють навчання медіаграмотності в школах, а також у медіа-просторі загалом. Програма має на меті збільшити розуміння медіа серед громадян та зробити їх менш вразливими до дезінформації та маніпуляцій.

– «Фільтр» – це національний проєкт з медіаграмотності в Україні, спрямований на підвищення рівня обізнаності громадян щодо розпізнавання та уникнення дезінформації та маніпуляцій в медіа. В рамках цього проєкту проводяться навчальні заходи, тренінги та розроб-

ляються навчальні матеріали, спрямовані на формування навичок медіаграмотності серед різних верств населення. «Фільтр» активно співпрацює з урядовими та неприбутковими організаціями, а також з медійними платформами для поширення своїх ініціатив та забезпечення широкого охоплення аудиторії.

– «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» – це комплексна програма, спрямована на розвиток та зміцнення навичок критичного мислення та інформаційної гігієни задля посилення стійкості до дезінформації, маніпуляцій та пропаганди. Програма виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольства США в Україні та Міністерства закордонних справ і міжнародного розвитку Великої Британії у партнерстві з Міністерством освіти і науки України, Міністерством культури та інформаційної політики України та Академією української преси.

– «Медіаграмотність та медіакультура державних службовців» була реалізована за ініціативою урядових структур з метою підвищення рівня обізнаності та навичок у сфері медіаграмотності серед державних службовців. Ця програма передбачає проведення навчальних заходів, семінарів та тренінгів для посадовців з питань критичного мислення, розрізнення правдивої інформації від маніпуляцій та дезінформації, а також ефективного використання медіа-ресурсів у своїй роботі.

Дані програми з медіаосвіти й медіаграмотності є дійсно якісними та актуальними, але факт їх наявності автоматично не дорівнює ефективності, а також не впливає на обізнаність та поширення серед населення.

Таким чином, на сьогодні, перед державними органами, медіа, освітянами та громадськими організаціями України, стоять завдання спрямовувати зусилля на медіаосвіту населення – і дітей, і дорослих. Об'єднане суспільство має працювати над створенням резильєнтного інформаційного простору здатного протистояти ворожій ІІСО й маніпуляціям. [2-3]

Протистояння інформаційній війні також передбачає розробку стратегій і заходів для відновлення довіри до інформації та засобів масової інформації. Лише через спільні зусилля можна впоратися з інформаційною війною та забезпечити стабільність та розвиток суспільства.

#### Список використаних джерел

1. Уварова Т.І. Медіаграмотність та медіакомпетентність у сучасній освіті: виклики та тенденції, 2020. – URL: <https://op.ua/pedclass/naukova-stattya/mediagramotnist-ta-mediakompetentnist-u-suchasniy-osviti-vikliki-ta-tendenciyi>
2. Степанова Г.І. Медіаграмотність як пріоритетна компетенція в сучасній освіті, 2021. – URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v32/65.pdf>
3. Волошенко О.В. Медіаосвіта у війні, 2023. – URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/31682/2023-04-15-mediaosvita-u-viyni/>
4. Горбань, Ю., & Олійник, О. (2024). Медіаграмотність як чинник захисту інформаційного

- простору від ворожої дезінформації в час війни. Український інформаційний простір, (1(13), 194–205. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/300896>
5. Інформаційна війна: сутність, методи та вплив. URL: <http://www.politolog.net.ua/uk/2023/09/06/informacijna-vijna-sutnist-metodi-ta-vpliv/#>

*Мельниченко Єлизавета Володимирівна*  
*здобувачка Київського національного*  
*університету культури і мистецтв*  
*Науковий керівник: Галудзіна-Горобець Вікторія Ігорівна,*  
*кандидат мистецтвознавства, доцент*  
*Київського національного університету культури і мистецтв*

## **Вплив телеграм-каналів на сприйняття інформації в умовах воєнного стану**

Від початку повномасштабного вторгнення росії в Україну та введення воєнного стану на території нашої держави у суспільства з'явився запит на швидкість та лаконічність формату отримання інформації, насамперед, щодо поточного стану на лінії бойового зіткнення, оголошення повітряних тривог, екстрених дій влади, тощо. Основним джерелом оперативної інформації, на яке й був запит українського суспільства, став месенджер Телеграм.

Метою було проаналізувати вплив телеграм-каналів на сприйняття інформації українським суспільством в умовах повномасштабного вторгнення та воєнного стану.

Потреба у отриманні оперативної інформації щодо поточних новин у суспільства існувала завжди, але стрімкого розвитку набула лише у скрутні для світу та України часи.

Гострий запит на швидкий та доступний виклад новин з'явився у світового та українського суспільства за часи всесвітньої пандемії COVID-19. У періоди локдаунів та карантину важливо було слідкувати за подіями не виходячи з дому задля запобігання зараженню небезпечним вірусом. Кількість інфікованих, наявність вакцин у амбулаторіях, введення спеціальних зон за рівнем зараження в країні та аналітичні прогнози щодо етапів розвитку коронавірусу – стали важливими темами для людей. Саме в той час телеграм-канали набули чималої популярності серед українців, як основне джерело отримання інформації. Канали у Телеграм почали все більше з'являтися у авторитетних та вже відомих українських ЗМІ, а вже існуючі активізували стрімкий розвиток на тлі загострення ситуації з COVID-19.

Телеграм – це месенджер, який був створений у 2013 році Павлом Дуровим як експериментальний проєкт. Він вирішив протестувати технологію зашифрованого листування, автором якої був його брат [3]. Згодом експеримент виріс у величезну платформу, яка набула ве-

ликого значення у інформаційному сприйнятті сучасного світу та українського суспільства.

Телеграм має перевагу у тому, що майданчик є мультизадачним додатком у телефоні, де користувач може не просто читати новини, а й тримати зв'язок з близькими, рідними, групами людей за інтересами, адже основна його функція – месенджер, а тобто комунікація.

Формат викладу новин у вигляді коротких лаконічних повідомлень, по типу чатової переписки, став неабияк актуальним у сучасному «швидкому» світі. Інформаційне навантаження стало більшим, а сприйняття суспільством важливих повідомлень через новинні сайти, форуми та телебачення – меншим. За дослідженнями Київського міжнародного інституту соціології 2023 року, 44% респондентів зараз отримують інформацію з телеграм-каналів, тоді як 34% отримують інформацію з новинних інтернет видань [1].

У період повномасштабного вторгнення потреба у доступі до інформації різних видів стала ще більш актуальною. Телеграм в Україні став одним з основних чинників, що формують інформаційне поле в його інтернет-сегменті. Зокрема, джерелом інформації про війну для широкої аудиторії. Тож канали в мобільному застосунку набувають ролі засобів масової інформації. Швидкість поширення інформації – те, що стало найважливішим, з чим і впорався Телеграм. Канали забезпечують доступ до важливої нагальної інформації, не обмежуючи себе стандартними процедурами фактчекінгу та цензурою, як це може бути у державних ЗМІ та офіційних джерелах інформації. На початку повномасштабного вторгнення месенджер Телеграм набув життєво необхідної функції у координації волонтерських груп, слідкуванням за пересуванням ворога від першого обличчя очевидців та мобілізаційних заходів з оборони населених пунктів. Навіть оголошення повітряних тривог перейшло у цифрове поле – на даному етапі війни користувачі дізнаються про небезпеку швидше від телеграм-каналів, ніж від фізичної сирени [2]. Офіційні державні органи також віддали перевагу оперативності та вийшли на зручний для суспільства інформаційний майданчик – «Повітряні Сили ЗСУ» створили власний телеграм-канал для інформування населення про повітряну небезпеку [5]. Особистий канал є і у президента України Володимира Зеленського, та позиціонується як офіційне джерело інформації. Першою платформою, де вийшло звернення президента щодо введення воєнного стану на території України був Телеграм, де й досі кожного вечора виходять звернення Володимира Зеленського щодо поточного стану в країні [4].

Телеграм-канали часто стають платформою для альтернативних точок зору та аналізу подій, які можуть відрізнятися від офіційної лінії державних ЗМІ. Це дозволяє користувачам отримати більше різноманітності в інформаційному просторі. Та в той же час це може набувати негативного забарвлення, адже телеграм-канали також можуть бути

використані для поширення дезінформації, фейків та ворожої пропаганди [2]. Умови воєнного стану можуть створювати ситуацію, коли зацікавлені особи використовують цю платформу для поширення неправдивої або маніпулятивної інформації з метою впливу на суспільну думку.

Телеграм-канали можна без перебільшення назвати найбільш зручним способом передачі суспільно важливої інформації. Телеграм завдяки своєму функціоналу охоплює широку цільову аудиторію, не зважаючи на її сегментацію, а тому й має чималий вплив на суспільство. Новини у месенджері стали невід'ємною частиною життя, як звичайних громадян держави, так і офіційних представників влади. Телеграм-канали за короткий проміжок часу зайняли величезну частину медіапростору завдяки своїй лаконічності, оперативності та простоті використання. Але у цій всеохопності та доступності є й негативні наслідки – телеграм-канал може створити кожен бажаючий. Застосовувавши базові алгоритми впливу та маніпуляції на маси, зацікавлені у корисних чи «підривних» цілях користувачі, можуть використовувати ресурс з власної вигоди – нагнітання у інфопросторі, тиск на вразливі групи, залякування викривленими фактами та фейкові новини. Читачам телеграм-каналів слід залучати до прочитання та аналізу аналогові інформаційні ресурси задля попередження розповсюдження небезпечної для суспільства неправдивої інформації. Для цього існують офіційні аналітичні платформи, сайти авторитетних інформаційних агентств, прес служб та навіть телеграм-канали з фактчекінгом гострих для суспільства новин. Під час воєнних дій та загалом напруженої ситуації в країні та світі слід відфільтровувати потік інформації, яка безперервно з'являється на будь-яких платформах, зокрема й Телеграм. Зручність та швидкість подачі новин слід сприймати з обачністю і перевіряти інформацію, яка викликає будь-які емоції, особливо негативні.

### Список використаних джерел

1. Результати всеукраїнського опитування для консультативної місії європейського союзу в Україні. Київський міжнародний інститут соціології. веб- сайт. URL: [https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1307&page=1&fbclid=IwAR3QKVvs3SthNnBLDZTKJO8Hyw\\_wGTImhLfpAXsyKQl28PWfXhZlsZbVvKX0](https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1307&page=1&fbclid=IwAR3QKVvs3SthNnBLDZTKJO8Hyw_wGTImhLfpAXsyKQl28PWfXhZlsZbVvKX0) (дата звернення: 26.10.2023)
2. Дмитро Баркар. Майже ЗМІ. Як Telegram маніпулює аудиторією. Інститут масової інформації. веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/majzhe-zmi-yak-telegram-manipulyuyey-audytoriyeyu-i49222> (дата звернення: 23.11.2022)
3. Михайло Года. Telegram: історія створення месенджера, боти та блокування сервісу. 24 канал. веб-сайт. URL: [https://24tv.ua/tech/telegram-bot-shho-tse-istoriya-stvorenniya-oglyad-na-telegram-kanali\\_n1343625](https://24tv.ua/tech/telegram-bot-shho-tse-istoriya-stvorenniya-oglyad-na-telegram-kanali_n1343625) (дата звернення: 14.05.2020)
4. Офіційний телеграм-канал Президента України Володимира Зеленського. Zelenskiy / Official. URL: [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official](https://t.me/V_Zelenskiy_official)
5. Офіційний телеграм-канал Повітряних сил ЗСУ. Повітряні Сили ЗС України / Air Force of the Armed Forces of Ukraine. URL: <https://t.me/kpszsuz>

*Невмержицький Максим Володимирович*

*здобувач НАКККіМ*

*Науковий керівник: Хіміч Ярослава Олегівна,  
кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Інформаційні послуги міграційних консалтингових служб в період війни, виклики та можливості післявоєнного періоду**

Міграція – це процес переміщення людей або груп людей з одного місця в інше.

Міграція (переміщення) може бути: внутрішньою – в межах однієї країни, або міжнародною – через кордони держав. Вона також може бути тимчасовою, коли люди переїжджають на певний час, а потім повертаються додому, або постійною, коли люди переїжджають назавжди.

На наш погляд, найбільш узагальнюючим, є визначення міграції, запропоноване О. Ровенчак (2006) – це перетин адміністративного кордону, добровільний чи примусовий просторовий рух осіб чи груп осіб від місця (країни) виїзду до місця (країни) в'їзду за наявності або відсутності законних підстав, на певний період часу або назавжди, що може вести за собою зміну постійного місця проживання; цей рух включає в себе еміграцію та імміграцію. Звідси мігрант — особа, яка здійснює міграцію» [1].

Існують різноманітні причини міграції: економічні – люди шукають кращих можливостей для роботи та заробітку; політичні – люди тікають від війн, переслідувань, політичних репресій; соціальні – люди шукають кращого життя, кращої освіти, кращої медицини; демографічні – люди шукають місць з кращою екологією, меншою щільністю населення; особисті – люди переїжджають, щоб бути ближче до сім'ї, друзів, коханих.

Міграція – це складне явище, яке має багато наслідків як для країн-відправників, так і для країн-приймачів, самих мігрантів. Зокрема, серед наслідків міграції можна відзначити:

- для країн-відправників – зменшення населення, втрата робочої сили, зменшення надходжень до бюджету, «мозковий відтік»;
- для країн-приймачів – збільшення населення, зміна етнічного та релігійного складу, навантаження на соціальну інфраструктуру;
- для мігрантів – адаптація до нового середовища, культурні та мовні бар'єри, дискримінація.

Міграційні консалтингові служби – це організації або консультативні фірми, які спеціалізуються на наданні послуг та консультацій, пов'язаних з питаннями міграції. Їхня головна мета – допомагати людям, які планують мігрувати в іншу країну, а також тим, хто вже переїхав.



- Основні напрямки діяльності міграційних консалтингових служб:
- консультування з питань імміграційного законодавства та оформлення документів. Надання інформації про вимоги для різних типів віз, дозволів на проживання та громадянства в різних країнах, допомога у підготовці необхідних документів та подання заявки;
  - працевлаштування для мігрантів. Консалтингові служби можуть допомагати у пошуку роботи в іншій країні, складанні резюме, підготовці до співбесід, а також консультувати з питань трудового законодавства та оформлення дозволів на роботу;
  - пошук житла та допомога з переїздом. Вони можуть надавати інформацію про ринок нерухомості, орендування житла, а також організувати логістику переїзду;
  - юридичні консультації. Юристи в міграційних консалтингових службах можуть допомагати вирішувати юридичні питання, пов'язані з міграцією, наприклад, з питань сімейного права, податків, реєстрації бізнесу тощо;
  - освітні консультації – надають інформацію про можливості навчання в іншій країні, процес вступу до навчальних закладів, вимоги до мовної підготовки тощо;
  - культурна адаптація та інтеграція. Консалтингові служби можуть організувати курси місцевої мови, культурної орієнтації, семінари з ознайомлення з традиціями та способом життя в новій країні;
  - фінансове планування та консультації – можуть надавати поради щодо управління фінансами, трансфертів грошей, відкриття банківських рахунків тощо.

Таким чином, міграційні консалтингові служби відіграють важливу роль у забезпеченні комплексної підтримки людей, які планують мігрувати або вже переїхали до іншої країни. Вони полегшують процес адаптації та інтеграції мігрантів.

Компанія Live and Study in Europe (з англ. «Живи та навчайся в Європі») починала з того що допомагала людям з країн «третього світу», отримати навчання в український університетах. Як вказується на офіційному сайті компанії «Наше бачення полягає в тому, щоб допомогти людям та їхнім родинам розпочати нове життя, допомагаючи їм у процесі імміграції та поселення. «Live & Study in Europe» — це організація, яка керується невпинною відданістю добробуту своїх клієнтів, а також точністю та правдою в галузі, обтяженій дезінформацією [2].

З початку 2022 року а саме після 24 лютого, компанія мусила припинити свою роботу по наданню послуг на підготовку запрошення від українських університетів через повномасштабне вторгнення, і основний фокус переїхав на захід а саме в Польщу. Наразі основним продуктом компанії є офіційне запрошення на роботу яке дозволяє мігрантам отримати можливість працювати в східній та центральній Європі.

Говорячи про еміграцію в українських реаліях можна зрозуміти і без аналітичних та статистичних довідок, що більшість людей, які можуть емігрувати через військові обставини – це діти до 18 років та жінки. Державою було прийнято рішення що чоловікам 18-60 років які підлягають мобілізації, не мають такого права виїжджати за кордон не враховуючи деякі виключення [3-5].

Усвідомлюючи загрози та ризики, спричинені міграцією через військову агресію проти України, ми хочемо відзначити, й повоєнні можливості міграційних процесів, зокрема, розглянувши їх у позитивному руслі.

Ми вважаємо, що Україна, після перемоги зможе відновити свою привабливість не тільки для країн третього світу, але і самих українців. Після отримання репарацій та фінансової допомоги країн союзниць, відновлення у всіх напрямках піде в гору, та відкриється багато вакансій на відбудову і відновлення країни та економіки в цілому.

Серед основних повоєнних можливостей відзначимо наступні напрями:

– **Відбудова та реконструкція.** Для відновлення зруйнованої інфраструктури, житла, підприємств знадобиться величезна кількість робочих рук і фахівців різних спеціальностей. Це створить багато вакансій і можливостей для працевлаштування як всередині країни, так і для залучення трудових мігрантів.

– **Фінансова допомога та інвестиції.** Україна розраховує на значні репарації від Росії та фінансову допомогу від міжнародних партнерів. Ці кошти можуть бути інвестовані в розбудову економіки, створення нових робочих місць, відкриття підприємств.

– **Економічне зростання.** Після перемоги і стабілізації ситуації очікується поживлення економічної активності, що зробить Україну більш привабливою для інвесторів та висококваліфікованих кадрів.

– **Реформи та модернізація.** Війна стала каталізатором для проведення реформ у різних сферах – енергетиці, медицині, освіті тощо. Це створить нові можливості для якісних змін та розвитку.

– **Патріотизм та повернення заробітчан.** Перемога може посилити патріотичні настрої та спонукати українських трудових мігрантів повернутися на Батьківщину для її відбудови.

Маємо надію, що наші позитивні очікування здійсняться. Працюємо, підтримуємо державу та армію, наближаємо перемогу, плануємо майбутнє.

#### Список використаних джерел

1. Ровенчак О. Визначення та класифікації міграцій: наближення до операційних понять. Політичний менеджмент. 2006. 2 (17). С. 127-139 URL: <https://clio.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/7.pdf>
2. Live and Study in Europe ваш експерт №1 з освіти та імміграції в Україні та східній Європі URL:<https://liveandstudy.eu/> (дата звернення 04.05.2024)
3. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України: Закон України. Доку-

- мент 3857-ХІІ, чинний, поточна редакція від 01.01.2022, підстава – 1914-ІХ.  
URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text> (дата звернення 04.05.2024)
4. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України. Документ 64/2022, чинний, поточна редакція від 10.05.2024, підстава – 271/2024 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text> (дата звернення 04.05.2024)
5. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 23 січня 2023 року «Про деякі питання щодо перетину державного кордону України в умовах воєнного стану»: Указ Президента України. Документ 27/2023, чинний, поточна редакція від 23.01.2023 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/27/2023#Text> (дата звернення 04.05.2024)

*Сиряченко Маргарита Андріївна*  
*аспірантка Київського національного*  
*університету культури і мистецтв*  
*Науковий керівник: Подашевська Тетяна Леоніївна*  
*кандидат мистецтвознавства, доцент*  
*Київського національного університету культури і мистецтв*

## **Вплив новинного контексту на суспільство під час конфліктів і повномасштабної війни та наслідки, які виникають у результаті такого впливу**

Вплив новинного контексту на суспільство під час конфліктів і повномасштабних війн, особливо у випадку України, є багатограним і має глибокі наслідки для суспільної динаміки, медіаграмотності, психічного здоров'я та соціально-політичного ландшафту.

Російсько-українська війна підкреслює критичну роль медіаграмотності в протидії дезінформації. Нездатність держави контролювати всі інформаційні потоки робить суспільство вразливим до тактики гібридної війни, включаючи кампанії дезінформації, спрямовані на підрив критичної інфраструктури та демократичних процесів. Підвищення медіаграмотності має ключове значення для стійкості суспільства проти таких атак [6].

Конфлікт призвів до демографічних, соціально-економічних і макроекономічних наслідків, підкреслюючи необхідність стратегічного бачення післявоєнного відновлення та розвитку. Ці аспекти підкреслюють суспільний вплив гібридної війни в Україні, що вимагає дослідження щодо пом'якшення цих ризиків [2].

Війна значно впливає на психічне здоров'я молодих людей, спричиняючи стрес, посттравматичний стресовий розлад, депресію та інші проблеми з психічним здоров'ям. Комплексний підхід до збереження психічного здоров'я молоді визнано державним пріоритетом, підкреслюючи потребу в професійній психологічній підтримці та консультуванні [1].

Постійне споживання новин про війну може викликати підвищення рівнів стресу та тривожності серед населення. Люди стають більш

вразливими до психологічних проблем, таких як ПТСР (посттравматичний стресовий розлад). Новини про оборону країни та єдність народу в боротьбі можуть збільшити почуття патріотизму та національної гордості.

Чесне та неупереджене висвітлення конфліктів має вирішальне значення. Російсько-українська війна підкреслює важливість журналістської чесності та відповідальності інформаційних організацій за надання точної інформації, розмірковуючи про роль ЗМІ у формуванні суспільного сприйняття та думки [5].

Новини відіграють ключову роль у формуванні громадської думки стосовно війни, впливаючи на ставлення людей до воєнних дій, учасників конфлікту, та потенційних рішень конфлікту. У контексті війни новинні засоби можуть використовуватися для поширення пропаганди, що спрямована на маніпуляцію громадською думкою, що може призвести до поділів у суспільстві.

Створення та поширення інформаційних загроз є значними, а соціальні медіа відіграють вирішальну роль у підвищенні обізнаності та впливі на громадську думку. Це підкреслює стратегічне використання ЗМІ для впливу на соціальну згуртованість і національну єдність [4].

Війна між Україною та росією ілюструє перехід до віртуальної реальності у війні, де кібератаки та пропаганда відіграють ключову роль. Ця нова форма асиметричного конфлікту забезпечує значний вплив на громадянське суспільство та інформаційний простір. Ефективне використання новинного контексту може привернути міжнародну увагу до конфлікту, залучити гуманітарну допомогу та політичну підтримку для постраждалої сторони. Як позитивно, так і негативно висвітлення подій може впливати на міждержавні відносини, включаючи санкції, дипломатичні реакції та міжнародну ізоляцію агресора.

Війна прискорила трансформацію ціннісних орієнтацій в українському суспільстві в бік демократичної моделі, підкресливши необхідність системної роботи з соціалізації цінностей різними суспільними акторами для зміцнення цих трансформацій [3].

Підсумовуючи, війна в Україні підкреслила вирішальну роль медіаграмотності, значний вплив на суспільну динаміку та психічне здоров'я, а також важливість підтримки демократичних цінностей і доброчесності в журналістиці. Ці елементи життєво важливі для стійкості та відновлення постраждалих від конфлікту суспільств.

#### Список використаних джерел

1. Пеша І., Андриученко Т. Збереження психічного здоров'я молоді в умовах повномасштабної війни. Соціальна робота та соціальна освіта. 2023. № 2 (11). С. 106-113
2. Burlay, T., Grytsenko, A., & Borzenko, O. (2023). Societal consequences of modern hybrid war: key dimensions in the context of Ukraine. *Journal of European Economy*. Issue Vol 22, No 2, 158-183
3. Iovcheva, A., & Reichardt, D. (2023). Democratic Values in Times of War: the Case of Ukraine. *Acta De Historia & Politica: Saeculum XXI*, 48-60.
4. Olechowski, A., & Wiśnicki, J. (2023). Cognitive War in Ukraine. *Polish Political Science*

- Yearbook. <https://doi.org/10.15804/ppsy202359>.
5. Qichao Hao. (2023). Using the Russian-Ukrainian War as an Example, Critically Analyze the Impact of War-Type News and How It Is Produced, and Critically Reflect on the Results. *Journal of research in social science and humanities*, 2(8), 61–67.
6. Rzhavska, D., & Kuzmenko, V. (2023). Media Literacy in the Context of Russia's War. *Language Culture Politics International Journal*. 1, 205-225

**Тимоцук Наталія Вікторівна**  
*Здобувачка Київського національного  
університету культури і мистецтв*  
*Науковий керівник: Дмитренко Наталія Вячеславівна,*  
*кандидат філологічних наук, доцент*  
*Київського національного університету культури і мистецтв*

## **Механізми російської пропаганди у російсько-українській інформаційній війні**

У сучасному інформаційному суспільстві збільшуються можливості мас-медіа, збільшується їх вплив на свідомість і підсвідомість людини. При цьому важливо враховувати, що пропаганда в мас-медіа може представляти значний ризик в умовах сучасної інформаційної агресії. У контексті цієї агресії роль пропаганди вибухово зростає до такої міри, що людина під її впливом може втратити здатність аналізувати інформацію, сприймаючи всі факти тільки з позиції, сформованої пропагандою.

Використання маніпулятивних методів у пропаганді значно посилює вплив на формування як індивідуальних поглядів, так і суспільних ідей. Маніпулювання масовою свідомістю є однією з найактуальніших проблем нашого часу. У сучасному світі людина знаходиться в мегаінформаційному просторі і не може уникнути впливу засобів масової комунікації, зокрема інтернету.

Основна ціль будь-якої пропаганди полягає в формуванні суспільної думки та поглядів в інтересах певного суб'єкта. Залежно від характеру цієї мети можна виділити два типи її впливу. Якщо пропаганда націлена на забезпечення стабільності та гармонії в суспільстві, на зміцнення соціальної рівноваги, підтримку гуманістичних ідеалів у людей, формування соціально важливих якостей і спрямована на об'єднання навколо загальноновизнаних цінностей, то така пропаганда є конструктивною. У разі, коли її ціллю не є сприяння гармонії та стабільності, пропаганда має деструктивний характер. В такому випадку вона спрямована на розпал розбрату, ескалацію соціальних конфліктів, загострення соціальних протиріч, формування антигуманістичних переконань та поглиблення соціальних розбіжностей серед людей [1, с. 121].

Історично так склалося, що агресивна урядова пропаганда, спільно з однопартійною системою та терором, стали важливою ознакою недемократичного суспільства. Зазвичай, тоталітарні режими ставлять перед своїми пропагандистами два основні завдання: по-перше, презентувати поточну ситуацію в економіці та політичному житті власної країни у найбільш вигідний для влади спосіб; по-друге, дискредитувати будь-яких противників режиму. В 1990-х роках здавалося, що з розпадом Радянського Союзу в сучасному інформаційному суспільстві агресивно-пропагандистський наратив вже неможливий. Однак невдовзі Російська Федерація створила та успішно вивела на міжнародний інформаційний ринок цілу низку ЗМІ, чії сучасні технологічні та організаційні можливості дозволяють з новою силою вести інформаційні війни. На додачу, протягом останніх десятиліть РФ веде активну гібридну (а віднедавна і повномасштабну класичну) війну проти України, де використовує максимально багато ресурсів для впливу на маси, як внутрішні, так і зовнішні.

Сучасна російська пропаганда діє постійно та дуже чутливо реагує на події. Оскільки її головна мета не полягає у об'єктивному відтворенні реальності, російським пропагандистам не потрібно витрачати час на перевірку фактів та легітимізацію інформації. Вони просто розповсюджують своє тлумачення подій, яке найкращим чином сприяє підтримці їхніх тем і досягненню цілей. Такий підхід дозволяє їм бути дуже оперативними і часто першими в інформаційному висвітленні подій і «псевдо-подій», тобто того, що насправді не відбувалося [2, с. 57].

Сучасна російська пропаганда має обмежені зобов'язання стосовно висвітлення правди і часто зовсім їх ігнорує. Проте не завжди можна стверджувати, що її твердження – це суцільна брехня. Навпаки, вона часто містить елементи правди, чим викликає довіру в невідготовленого та не ерудованого споживача. Тим не менше, іноді події, які висвітлює російська пропаганда, є повністю вигаданими.

Російська машина пропаганди розпочала свою роботу з історичним підґрунтям. Першим її твердженням стало уявлення про те, що «Росія встає з колін». З початку XXI століття ефіри телеканалів країни заповнилися промовами, пронизаними «національною гордістю», ностальгією за «добрими радянськими часами». Вектор розвитку було визначено як «відродження великої Росії». Прямо або опосередковано на телеканалах, в тому числі й у розважальному контенті, пропагувалося щасливе та заможне життя росіян, їхнє забезпечення та стабільність.

Редактори художнього телемовлення уже з початку 2000-х років не рекомендували показувати життя бідних верств населення, застарілі інтер'єри та старий одяг. Проблеми країни чарівним чином вирішувалися всередині телевізійного екрану, створюючи ілюзію загального щастя і благополуччя.

Починаючи з 2014 року, наратив про «вставання з колін» Росії, що насаджується переважно інформаційним шляхом, почав витіснятися мілітаристським дискурсом. Російська пропаганда розкручувала міт за мітом, у яких Росія зіштовхнулася сам на сам з численними ворогами, а навколишні держави, колишні радянські республіки – стали «недокраїни», які мають бути або приєднані до Росії, або існувати на правах автономії [3].

На центральних каналах найбільш рейтинговий час став надаватися «політичним дискусіям», в яких обговорювалася так звана «геополітика», а по суті агресивні плани Кремля, конспірологічні теорії та нові військово-політичні цілі Росії. Виникла нова ілюзія росіян – «повернення до величі через збільшення території».

Один із найбільш ефективних методів російської пропаганди стосовно України полягає у створенні альтернативної реальності, в якій Україну зображують як нелегітимну, нестабільну та непридатну для життя країну. Російські ЗМІ, зокрема телеканали RT та Sputnik, а також кремлівські веб-сайти, постійно генерують та поширюють фейкові новини та дезінформацію про Україну з метою спотворення реальної ситуації. Наприклад, російські ЗМІ поширюють зображення України як країни, де панує хаос та насильство, де порушуються права людини, а економічна ситуація є катастрофічною. Вони також намагаються створити ілюзію, що російська анексія Криму та війна є наслідком дій США та Європи. Другий основний метод російської пропаганди щодо України – це використання дезінформації та маніпулювання інформацією з метою вплинути на українське суспільство та змінити його погляди на різні питання. Російська пропаганда зловживає термінологією з метою спотворення реальної картини подій [4].

Тож можна зробити висновок, що російська пропаганда почала активно розвиватися після розпаду СРСР, починаючи з помірної на початку 90-х років, а згодом перейшла до більш агресивної форми після початку війни в 2014 році. Події в Україні з того часу підкреслили важливість інформаційно-психологічного впливу у збройному конфлікті, особливу в умовах сучасності. Військово-політична агресія Росії продемонструвала, що інформаційний вплив може бути використаний для досягнення не лише зовнішньополітичних цілей, а й для створення сприятливих умов для проведення реальної війни.

Таким чином, відсутність адекватної реакції на агресивну пропаганду може стати передумовою для виправдання дій, спрямованих на руйнування суверенності держави.

#### **Список використаних джерел**

1. Світова гібридна війна: український фронт : монографія / за заг. ред. В.П. Горбуліна. К.: НІСД, 2017. 496 с.
2. Самчинська О. А., Фурашев В. М. Інформаційне насильство, інформаційна маніпуляція та пропаганда: поняття, ознаки та співвідношення. Інформація і право. 2021. №. 1 (36). С. 55-65.

3. Леус В. Демонізація ворога, війна – це мир та інші принципи. Розібрали, як працює російська пропаганда. 2022. URL: <https://mc.today/najbilshij-vorogpropagandi-intelektuali-osnovni-printsipi-zayakimi-pratsuyut-propagandisti/>
4. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.

**Філонов Нікіта Анатолійович**  
*здобувач Приватного вищого навчального закладу*  
*«Київський університет культури».*  
*Науковий керівник: Сенченко Оксана Миколаївна,*  
*кандидат наук з соціальних комунікацій,*  
*старший викладач Приватного вищого навчального закладу*  
*«Київський університет культури»*

## **Стратегія боротьби з сучасною пропагандою в популярних соціальних мережах**

В умовах інформаційного суспільства соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору. Соціальні платформи, медіа та мережі стали невід'ємною частиною життя суспільства. З одного боку, соціальні мережі дають можливість швидкого та вільного обміну інформацією, стимулюють дискусії та генерують нові ідеї. З іншого боку, їхня відкритість та динамічність роблять їх вразливими до маніпуляцій. Спецслужби ворожих країн, політики-популісти та інші особи, зацікавлені у дестабілізації суспільства, можуть використовувати соціальні мережі для поширення недостовірної інформації та пропаганди. В таких умовах важливо вміти протистояти сучасній пропаганді.

Основна мета будь-якої пропаганди – це переконати обрану аудиторію, що конкретний світогляд та дії правильні, а світогляд та дії інших не мають значення, або неправильні.

Пропаганда характеризується як складна система впливу на суспільство, що включає в себе різноманітні методи та стратегії. Вона охоплює різні сфери суспільного життя, включаючи політику, економіку, культуру, соціальні відносини тощо. Пропаганда використовується для формування і модифікації свідомості та переконань громадян, маніпулювання їхніми емоціями та уявленнями, а також для підтримки певних ідей, ідеологій або політичних режимів. Вона може мати значний вплив на формування громадської думки, політичні процеси, соціокультурні та економічні реалії, а також на загальний моральний клімат в суспільстві.

Сучасна пропаганда використовує різноманітні методи для впливу на суспільство. Серед них можна виокремити фейкові новини, теорії змови, бот-мережі та меми замість агітаційних плакатів для висмію-



вання та дискредитації опонентів. Здебільшого ці методи залишилися незмінними, як використання стереотипів або вибіркова правда, а деякі набули нової форми, зокрема агітаційні плакати. Однак у своїй основі методи впливу на аудиторію залишилися незмінними. Ключова відмінність – поява інтернету та зручних майданчиків для спілкування та поширення швидкої інформації. Цей фактор є основним каталізатором змін у використанні сучасної пропаганди.

Активність в соціальних мережах може впливати на соціальний статус та формувати громадську думку і цим користуються для нав'язування своїх меседжів. У книзі «Війна лайків: зброя в руках соціальних мереж» політолог Пітер Сінгер та експерт з дезінформації Емерсон Брукінг розповідають як Дональд Трамп використовував деякі методи пропаганди на своїй сторінці в Twitter. Популізм, руйнування авторитету уряду та інших політичних гравців – це ті методи, завдяки яким він отримав достатню підтримку для старту своєї політичної кампанії. З часом він досяг такої популярності, що став лідером консервативних республіканців, а потім був обраний 45-м президентом США [3, 12].

Важливо відзначити здатність аудиторії критично аналізувати інформацію, що є ключовим аспектом протидії пропаганді. Формою цього критичного мислення є медіаграмотність.

Україна за результатами дослідження ГО «Детектор Медіа» в період з 2020 по 2022 роки збільшила рівень споживання суспільно-політичного контенту в соціальних-месенджерах (наприклад Telegram), а саме з 19% до 49% (це у 2,5 разів більше порівняно з попередніми роками) [1]. Крім цього, станом на 2022 рік високий рівень медіаграмотності має приблизно тільки 31% українців. Для розуміння статистики та порівняння з країнами Європейського Союзу, наведемо результати дослідження, ініційоване «OSIS» за 2023 рік: Україна знаходиться на 30 місці (початок «Cluster 3»), сусідня Польща – 22 місці (початок «Cluster 2»), Німеччина – 11 місці («Cluster 2»). Ці показники свідчать про поступовий розвиток медіаграмотності в Україні, але ще не досягнули високого рівня, який характерний для деяких інших країн Європейського Союзу. [2].

З книги «Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare», підготовленої при підтримці «Інституту світової політики» (IWP), наведені приклади роботи та принципи протидії пропаганді [5, 26]. Професор Герберт Ромерштайн в частині про контрпропаганду пише про те, як методи протидії розвивалися та використовувалися в ЦРУ під час Холодної війни [5, 137]. Головний принцип протидії полягає в комплексному, поетапному спростуванні основи, на якій базується пропаганда опонента. При цьому спростування має бути достатньо швидким, щоб зупинити укорінення нарративу пропаганди в аудиторії. Методи контрпропаганди мають бути спрямовані на

руйнацію авторитету опонента на будь-якому рівні. Окрім цього, важливим фактором в протидії пропаганді є координація роботи між державними службами та незалежними ЗМІ.

Новим сучасним інструментом протидії пропаганді може слугувати штучний інтелект. Наприклад, ClaimBuster – це інструмент, розроблений для автоматичного виявлення та оцінки тверджень, що можуть містити дезінформацію. Він аналізує мовлення та ідентифікує твердження, які можуть бути недостовірними або підозрілими, допомагаючи зменшити поширення дезінформації в медіа. Цей проєкт відображає спробу створити ШІ, який би автоматично визначав заяви, що потребують перевірки. ClaimBuster можуть використовувати усі, але ним переважно користуються журналісти [4].

Зважаючи на вищевикладене, необхідно зазначити, що основні методи пропаганди та контрпропаганди залишаються незмінними, але інформаційне поле значно скореговане. Замість газет, телебачення та радіо, головну роль сьогодні відіграють соціальні мережі. Інтернет прискорив швидкість споживання інформації, що ускладнює організацію своєчасної протидії дезінформації та пропаганді. Наступний важливий аспект – це співпраця між урядовими організаціями та незалежними ЗМІ в боротьбі з пропагандою та підтримки високого рівня медіаграмотності серед населення. Крім того, штучний інтелект може стати корисним інструментом для виявлення та фільтрації шкідливого контенту на платформах соціальних мереж.

#### **Список використаних джерел**

1. Індекс медіаграмотності українців: 2020–2022 [Електронний ресурс]. URL: <https://detector.media/infospace/article/210210/2023-04-18-indeks-mediagramotnosti-ukraintsv-2020-2022-povna-versiya/> (дата звернення: 02.04.24).
2. Open Society Institute – Sofia The Media Literacy Index 2023 [Електронний ресурс]. URL: <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf> (дата звернення: 02.04.24).
3. Лабораторія IDIR ClaimBuster [Електронний ресурс]. URL: <https://idir.uta.edu/claimbuster/> (дата звернення: 03.04.2024).
4. Singer P. W., Emerson T. *Brooking Likewar: the weaponization of social media*. 1 edition. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2018. 421 pages.
5. Waller J. Michael, Lord Carnes, Lenczowski John, Marshall Jennifer, Romerstein Herbert *Strategic influence: public diplomacy, counterpropaganda, and political warfare*. revised edition 2009. Washington DC : The Institute of World Politics, 2009. 408 pages.

## **Секція 5. ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В УМОВАХ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ ТА ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД**

*Модератори: Шевченко Наталя Олександрівна,  
Бортяня Єлена Ярославівна*

*Jade Belgrand*

*Diplômée du Master Marché de l'art de l'École du Louvre*

### **La Préservation du Patrimoine Culturel en Temps de Conflits Armés**

Depuis la seconde moitié du XXe siècle et les deux conflits mondiaux, les États ont adopté de nombreux instruments dans le but de prévenir et de réparer les dommages causés par la destruction et le pillage des biens culturels pendant les conflits armés et en temps de paix. Ainsi, le 14 mai 1954, la Convention de La Haye pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé est adoptée, première convention internationale visant à protéger le patrimoine culturel en temps de guerre. Elle ouvre alors la voie à de nombreux autres textes de loi, aussi bien internationaux que nationaux, visant à protéger le patrimoine culturel en temps de guerre et montrant ainsi que cette préoccupation est de plus en plus prégnante. Ainsi, avec les conflits du XXIe siècle, cette problématique de préservation du patrimoine culturel revêt une importance majeure, comme c'est notamment le cas en Ukraine depuis l'invasion russe ayant débuté en février 2022. En effet, le patrimoine culturel est une cible de choix sur le champ de bataille, notamment du fait de sa portée symbolique, mais aussi car une part des œuvres et artefacts pillés qui sont revendus sur le marché international sert à contribuer au financement du conflit. Cet article tentera d'exposer brièvement quelles sont les différentes mesures mises en place pour la préservation du patrimoine culturel, aussi bien immobilier que mobilier, en temps de guerre, ainsi que les solutions préventives qui sont appliquées. Avant cela, nous traiterons en d'un point essentiel à la protection du patrimoine culturel en temps de conflits armés : la reconnaissance internationale de l'existence dudit patrimoine culturel et de sa mise en danger.

La mise en lumière du patrimoine culturel : exister pour être protégé

Pour pouvoir être préservé, le patrimoine culturel doit être reconnu par d'autres que ceux revendiquant sa protection. Étudions le cas particulier du patrimoine culturel ukrainien.

L'art ukrainien est, depuis toujours, globalement assimilé sans distinction à l'art russe. Cela est notamment la conséquence d'une indépendance relativement jeune vis-à-vis de l'URSS et d'une volonté particulièrement marquée de cette dernière d'étouffer l'identité nationale

ukrainienne. Si cette méconnaissance reste moins marquée dans les pays limitrophes de l'Ukraine tels que la Pologne, en France l'art ukrainien n'existe pour ainsi dire pas en tant que tel, à l'exception de l'art contemporain de Kyiv qui commence à se faire une place sur la scène artistique internationale. Ainsi, on ne trouve en France quasiment aucun écrit sur l'art ukrainien, et très peu d'artistes sont identifiés comme ukrainiens dans les musées, et pour ainsi dire aucun dans les salles de ventes aux enchères. Cependant, avec la récente invasion de l'Ukraine par la Russie et la couverture médiatique qui en a découlé, une prise de conscience s'opère et les choses tendent à changer. Ainsi, l'identité de certains artistes jusqu'alors considérés comme russes est aujourd'hui remise en question dans le monde entier. Par exemple, le Metropolitan Museum of Art de New York (Met) a récemment rebaptisé « ukrainiens » des artistes peintres du XIXe siècle qui étaient jusqu'alors présentés comme russes par le musée, tels qu'Ilya Répine (1844-1930) ou encore Arkhip Kouïndji (1841-1910). De façon analogue, le Met et la National Gallery de Londres ont renommé Danseuses ukrainiennes l'un des pastels du peintre français Degas, connu jusqu'alors sous le nom de Danseuses russes. Le musée a justifié sa décision par la présence de couronnes aux couleurs nationales ukrainiennes, les amenant à penser que ces danseuses étaient ukrainiennes et non russes. Il est à noter que ces basculements de nationalité de certains artistes jusqu'alors considérés comme russes sont parfois abusifs et inexacts. Par exemple, certains musées indiquent désormais que le peintre Ivan Aivazovsky (1817-1900), jusqu'ici considéré comme russe, est ukrainien. Or, il est d'origine arménienne.

Cette volonté d'exposer aux yeux du monde entier le patrimoine ukrainien comme indépendant du patrimoine culturel et artistique russe n'est pas sans rappeler les aspirations nationalistes du XIXe siècle, qui a vu de nombreuses nations gagner leur indépendance de façon progressive. Cela est notamment le fruit de la mise en exergue d'un patrimoine culturel national unique, par le biais, par exemple, des pavillons nationaux des Expositions Universelles<sup>1</sup>. Ainsi, montrer au monde entier l'existence d'un patrimoine culturel justifie la nécessité de sa protection, en vertu des différents textes internationaux – que nous aborderons par la suite – pour la préservation du patrimoine culturel en temps de conflits armés. Cela permet également de demander et de recevoir divers financements afin de protéger ou encore restaurer ce patrimoine.

### **Protéger le patrimoine culturel**

Le conflit en cours en Ukraine nous rappelle que le pillage et la

---

<sup>1</sup> Demeulenaere-Douyère C. et Hilaire-Pérez L. (dir.), Les expositions universelles. Les identités au défi de la modernité, Presses universitaires de Rennes, Collection Carnot, 2014.

destruction d'œuvres d'art et d'antiquités ne se limitent en aucun cas au passé. Les campagnes militaires et les conflits conduisent invariablement à de nouveaux problèmes juridiques. Au-delà de la portée symbolique et identitaire de certaines destructions et pillages, il s'agit également d'un commerce lucratif qui alimente une économie souterraine importante. Aussi, il n'est pas rare de voir se multiplier au sein du marché de l'art international « les trafics d'antiquités pillées sur les théâtres de guerre »<sup>1</sup>. Les guerres voient ainsi souvent l'apparition de nouvelles œuvres d'art sur le marché. Malheureusement, la plupart d'entre elles sont le fruit de pillages, spoliations et expropriations. En effet, les conflits armés, qu'ils soient internationaux ou internes, font peser de multiples menaces sur le patrimoine culturel, et le pillage des œuvres d'art est l'une d'entre elles. Le pillage d'œuvres d'art, d'objets archéologiques et d'autres biens culturels peut être un acte criminel opportuniste ou un cas plus organisé de pillage illégal par les troupes adverses dans le cadre d'un conflit. L'expression « art pillé » reflète un parti pris, et la question de savoir si un objet d'art particulier a été pris légalement ou illégalement fait souvent l'objet de lois contradictoires et d'interprétations subjectives de la part des gouvernements et des populations. Dans le cadre d'un conflit armé, ce que l'on nomme « pillage d'œuvres d'art » peut comprendre le vol d'œuvres d'art (le vol d'objets de valeur, principalement pour des raisons commerciales) aussi bien que les antiquités illicites (antiquités ou objets d'intérêt archéologique faisant l'objet d'un commerce clandestin, trouvés lors de fouilles illégales ou non réglementées).

Les conventions internationales portant sur la protection du patrimoine culturel en temps de conflits armés sont la clé de voûte des solutions pour la préservation de celui-ci. Ainsi, la Convention de La Haye, signée le 14 mai 1954 sous l'égide de l'UNESCO, établit donc une obligation de respecter les biens culturels en interdisant le vol, le pillage ou le détournement d'œuvres d'art et d'autres biens culturels publics ou privés pendant un conflit armé. Notons que la Convention prévoit que ces limitations ne sauraient être levées, même pour des raisons de nécessité militaire. Les divers protocoles annexés à la convention (en 1999 et 2004) viennent compléter ces dispositions, en interdisant notamment le commerce et l'exportation de biens culturels provenant d'une zone de conflit. D'autres textes, tels que la Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété

---

<sup>1</sup> Henri Paul (Président du Conseil des ventes volontaires, Président de chambre honoraire à la Cour des comptes, Avocat à la Cour), « Opinion : Un marché de l'art à reconstruire », Les Echos, 17/08/2022. <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/opinion-un-marche-de-lart-a-reconstruire-1782242>

illicites des biens culturels de l'UNESCO (1970) ou encore les dispositions de la Charte des Nations Unies adoptées après l'invasion du Koweït par l'Irak (2003), viennent renforcer ces principes de préservation. Notons enfin que, parmi les diverses solutions apportées aux pillages et trafics en temps de guerre, des solutions peuvent être apportées a posteriori.

Outre le vol et le pillage, un des enjeux majeurs de la préservation du patrimoine culturel en temps de guerre est celui de son patrimoine immobilier. En effet, détruire des symboles historiques, culturels ou religieux est pour l'occupant une façon de détruire l'espoir de la population occupée, mais aussi de la priver de ses lieux de refuge, de sécurité. Le patrimoine immobilier s'avère encore davantage difficile à préserver que le patrimoine mobilier, en ce qu'on ne peut pas le déplacer pour le protéger de la menace, et qu'il est une des cibles premières des tirs ennemis. Ainsi, si l'on a pu voir au début de l'invasion russe en Ukraine circuler divers clichés montrant des sacs de sable devant certains monuments historiques, la vérité est qu'aujourd'hui un nombre écrasant de ces édifices a été détruit, ou tout du moins sévèrement endommagé, comme le montrent de nombreuses images dans la presse. L'enjeu sera ici celui de la reconstruction, de la restauration de ce patrimoine immobilier, une fois le conflit terminé. Or, en temps de reconstruction après un conflit, la priorité est au recouvrement d'infrastructures pour la vie (habitations, hôpitaux, écoles, etc), et pas à la restauration des églises et autres musées. Ainsi, si des enveloppes internationales seront allouées pour reconstituer ce patrimoine immobilier après la guerre, il est à gager que cela sera insuffisant.

#### Les solutions préventives

Il existe cependant, depuis quelques années, des solutions préventives visant à protéger le patrimoine culturel en temps de conflits armés.

Ainsi, l'Union Européenne a notamment adopté un plan d'action pour lutter contre le trafic de biens culturels et les délits connexes tels que la fraude, le recel, la contrebande et la corruption. Ce plan prévoit la mise en place d'un système électronique centralisé, qui devrait être opérationnel d'ici juin 2025, sur la base du règlement de l'UE sur les importations de 2019, qui interdit l'importation de biens culturels illégalement exportés depuis des pays tiers. Le système reliera les douanes, les autorités culturelles et les bases de données. De plus, dans le cadre du Fonds d'urgence pour le patrimoine (HEF), s'organisent des sessions de formation sur la protection et la sauvegarde du patrimoine culturel en temps de paix et de conflit organisée par le Ministère des Arts et de la Culture, le Ministère de la Défense, l'UNESCO et des académies militaires. L'objectif de ces formations est alors de familiariser les officiers et les futurs cadres de l'armée aux questions de préservation du patrimoine culturel en temps de conflit, qui sont d'une grande importance. Et ce type d'initiative n'est pas rare, la formation des forces armées constituant un réel cheval de bataille dans la lutte pour la préservation du patrimoine culturel.

Ensuite, parmi les actions préventives de l'UNESCO, l'on peut citer la numérisation des inventaires des musées, monuments, institutions culturelles et sites archéologiques des pays en guerre – puis, à terme, de tous les pays membres – afin de pouvoir identifier les œuvres qui disparaissent. Jusqu'ici, la plupart des inventaires des établissements culturels des pays en guerre étaient généralement rédigés sur papier. L'idée ici sera à terme de pouvoir identifier des œuvres et artefacts pillés dans les pays en guerre dès lors qu'ils se retrouveraient en circulation, au sein du marché de l'art par exemple. En effet, la récente invasion russe en Ukraine a montré que sans un recensement exhaustif des collections, institutionnelles et privées, il était impossible de déterminer avec précision ce qui a été volé ou détruit, et donc d'estimer la perte subie. Outre une facilitation de l'identification des œuvres pillées et de leur recherche pour les pays concernés, cela pourrait permettre aux professionnels du marché de l'art une meilleure vigilance quant aux objets qu'ils pourraient accepter de vendre. Les autorités pourraient également bénéficier de ces mesures, en ce que cela faciliterait leur travail de restitution de ces œuvres à leurs propriétaires, et devrait ainsi les profits liés au trafic qui, nous l'avons vu, financent parfois l'effort de guerre.

Du fait de l'invasion russe depuis février 2022, l'Ukraine est l'un des pays visés par ce type de mesures de l'UNESCO. En effet, les forces armées russes ont emporté avec elles, selon l'ONG Human Rights Watch, « des peintures, de l'or, de l'argent, des anciens artefacts grecs, des icônes religieuses et des documents historiques », dans des villes telles que Kherson, Melitopol, et de nombreuses autres. La Russie semble, qui plus est, complètement exclue de ces réglementations internationales et européennes concernant la circulation et la restitution des biens pillés. Aussi, bien qu'il existe dans ce pays des lois concernant la protection des biens culturels, il reste possible de les vendre à l'intérieur du pays, ces lois visant plutôt à protéger le patrimoine russe. Se pose ensuite le problème de la traçabilité des pièces : comment attester que ces œuvres ont été volées en Ukraine ? Comment prouver qu'elles sont sorties d'Ukraine au cours du conflit ? C'est là qu'entrent en jeu les différentes actions préventives mises en place, notamment par l'UNESCO. En effet, à l'avenir, une meilleure documentation des œuvres pillées aidera à les retrouver plus facilement, et cela passe par des inventaires exhaustifs et rigoureux des collections et réserves des musées et autres établissements culturels.

Ainsi, pour pouvoir préserver le patrimoine culturel d'un État, il faut d'abord que celui-ci existe aux yeux du monde. En effet, la reconnaissance d'un patrimoine artistique et culturel national permet d'obtenir de l'aide pour le protéger ou le reconstruire. Sans ce travail de reconnaissance du patrimoine culturel, il n'est pas possible d'appliquer les différents textes internationaux visant à le protéger ou à le reconstruire, ni de réprimander ceux qui y contreviendraient.

Cependant, malgré l'existence de ces textes demeure un problème persistant qui est que les règles internationales ne sont toujours pas appliquées de manière uniforme par les États – y compris certains États européens – et qu'elles devraient être mises en œuvre efficacement et rapidement au niveau national par le biais de mesures législatives et administratives appropriées. En effet, en l'absence de lois nationales rendant les principes internationaux applicables dans le système national de chaque État, la valeur de ces principes reste théorique.

Les solutions préventives, qu'il s'agisse de formations de professionnels des armées et du patrimoine, le recensement systématique du patrimoine d'un État ou encore l'adoption de certaines lois visant à la restitution des biens spoliés, sont probablement, à ce jour, les solutions les plus efficaces ; les textes internationaux étant difficile à appliquer et à contrôler dans le chaos des conflits. Dans le cas de la guerre en Ukraine, il n'est d'ailleurs pas interdit de penser que des lois portant sur la restitution systématique des œuvres pillées sur le territoire pourront être envisagées. Cela étant, c'est un processus qui peut être extrêmement long, nécessitant parfois plusieurs décennies et qui, inévitablement, dépendra en grande partie de l'issue du conflit.

### **Bibliographie**

- Conseil de l'Union européenne, Impact de l'invasion de l'Ukraine par la Russie sur les marchés : réaction de l'UE <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/eu-reponse-ukraine-invasion/impact-of-russia-s-invasion-of-ukraine-on-the-markets-eu-reponse/>
- Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicites des biens culturels de l'UNESCO, 1970
- Convention de La Haye pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé, 1954
- Convention du Conseil de l'Europe sur les infractions visant des biens culturels, 2017
- DEMEULENAERE-DOUYÈRE C. et HILAIRE-PÉREZ L. (dir.), Les expositions universelles. Les identités au défi de la modernité, Presses universitaires de Rennes, Collection Carnot, 2014.
- FELICIANO Héctor, Le musée disparu : Enquête sur le pillage d'œuvres d'art en France par les nazis, Gallimard, 1995.
- HENRI Paul (Président du Conseil des ventes volontaires, Président de chambre honoraire à la Cour des comptes, Avocat à la Cour), « Opinion : Un marché de l'art à reconstruire », Les Echos, 17/08/2022.
- HERZBERG Nathaniel, Le musée invisible. Les chefs-d'œuvre volés, Éditions du Toucan, 2010.
- «L'Art en guerre», catalogue de l'exposition du musée d'Art moderne de la Ville de Paris, 2012-2013.
- JENKINS Brian Michael, « Consequences of the War in Ukraine : The Economic Fallout », The Rand Blog, 07/03/2023.
- LOPES FABRIS Alice, La notion de crime contre la patrimoine culturel en droit international, Institut Francophone pour la Justice et la Démocratie, Collection des Thèses, 2022.
- MANDRAUD Isabelle, « La culture, l'autre champ de bataille de la guerre en Ukraine », Le Monde, 12/05/2023.
- MCANDREW Clare, Dr, The Art market 2023. A report by Art Basel & UBS, Suisse, 2023.
- MÜLLER Melissa, TATZKOW Monika et MASUROVSKI Marc J, Œuvres volées, destins brisés, Beaux-Arts éditions, 2013.
- MYDANS Seth, « Raiders of Lost Art Loot Temples in Cambodia », New York Times, 01/04/1999, p. 4.
- POLACK Emmanuelle, Le Marché de l'art sous l'Occupation. 1940-1944, Paris, Éditions Tallandier, 2019.
- PYSKO Yaryna, « Ukrainian Art as Protest and Resilience : An Introduction », Navonic Institute, 2023.



**Бойко Віта Федорівна**

*кандидат історичних наук, старший дослідник,  
заступник директора з наукової роботи*

*Українського науково-дослідного інституту  
архівної справи та документознавства, м. Київ*

*vitaminzik5@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0002-5725-9641>*

**Кулешов Сергій Георгійович**

*доктор історичних наук, професор,  
завідувач відділу документознавства*

*Українського науково-дослідного інституту  
архівної справи та документознавства, м. Київ*

*posena@ukr.net*

*<https://orcid.org/0000-0003-1950-9651>*

## **Доступ до документів Національного архівного фонду та довідкового апарату архівних установ в умовах дії воєнного стану в Україні**

Доступ до документів НАФ та довідкового апарату архівних установ здійснюється на загальних засадах відповідно до розділу VI Правил роботи архівних установ України [1], а основні вимоги щодо регламентації цих процесів надано в Порядку користування документами Національного архівного фонду України, що належать державі, територіальним громадам [2].

У разі рішення відповідних державних органів щодо віднесення території, де розміщено архівну установу, до переліку зон активної дії особливих правових режимів, керівництво архівної установи скасовує особистий прийом громадян та приймає рішення щодо можливого тимчасового обмеження або призупинення доступу користувачів до документів НАФ і довідкового апарату в читальних залах.

У разі віднесення території, де знаходиться архівна установа, до безпечної зони дії особливих правових режимів та з метою задоволення інформаційних потреб суспільства й ефективної роботи архівна установа може відновити безпосередній доступ користувачів до читальних залів. У такому випадку, з метою безпеки працівників і користувачів архівної установи, доступ до документів НАФ і довідкового апарату в читальних залах здійснюється за попереднім записом, а замовлення документів для перегляду (ознайомлення з документами) – за допомогою електронної пошти або при оформленні безпосередньо у читальному залі архівної установи.

На офіційному вебсайті архівної установи має бути опубліковано порядок онлайн-запису для роботи в читальних залах та графік їх роботи.

Видавання архівних документів здійснюють лише за попередніми замовленнями на видавання справ у читальні зали архівної установи, що надійшли на електронну пошту або були оформлені безпосередньо в читальному залі.

Із метою безпеки користувачів та відповідно до рекомендацій державних органів, центральних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування кількість місць у читальних залах може бути обмежена.

У разі прийняття рішення про підготовку архівної установи до евакуації робота читальних залів зупиняється.

Видавання документів НАФ у тимчасове користування за межами архівної установи заборонено.

Під час повітряної тривоги читальний зал припиняє роботу, а користувачі та працівники архівної установи прямують до найближчих захисних споруд цивільного захисту (укриттів), адреси яких мають бути зафіксовані в оголошенні біля входу в читальний зал та на офіційному вебсайті архівної установи.

В архівній установі має бути наявним віртуальний (електронний) читальний зал, що функціонує як в локальному режимі, так і в режимі віддаленого доступу, відповідно до вимог методичних рекомендацій «Доступ до цифрового фонду користування документами Національного архівного фонду» [3].

Згідно із законами України «Про звернення громадян» [4], «Про доступ до публічної інформації» [5], «Про Національний архівний фонд та архівні установи» [6] архівна установа має продовжувати роботу з опрацювання запитів та звернень фізичних і юридичних осіб, надаючи потрібну їм інформацію в електронній формі, зокрема архівні довідки та витяги з документів, за допомогою засобів електронного або поштового зв'язку, а також здійснювати консультування в телефонному режимі.

Пріоритетну значущість повинне мати опрацювання запитів соціально-правового характеру.

Має забезпечуватися першочергове опрацювання та надання відповідей на запити і звернення пільгових категорій громадян відповідно до законодавства у сфері соціального захисту, осіб, евакуйованих з окупованих територій та із зони активних бойових дій.

Архівна установа має надавати дистанційно інші послуги громадянам, зокрема виготовлення копій архівних документів (зокрема з фонду користування), друківаних видань та довідкового апарату до документів за допомогою технічних засобів архівної установи та надсилати їх електронною поштою або засобами поштового зв'язку.

На офіційному вебсайті архівної установи має бути оприлюднено перелік послуг, що надаються у звичайному режимі та в режимі віддаленого доступу (оформлення заяв для надання архівної інформації та

замовлень на видавання документів до читального залу, комунікація щодо виконаних запитів, запис у читальний зал тощо).

Для організації доступу користувачів до документів НАФ та довідкового апарату архівна установа здійснює їх оцифрування. Оцифровані документи оприлюднюються на офіційному вебсайті архівної установи.

Доступ до архівних документів, що містять інформацію про розташування, виробничі потужності юридичних осіб, картографічну і містобудівельну документацію, об'єкти критичної інфраструктури та життєзабезпечення міста має бути обмежено на строк дії особливих правових режимів.

Доступ до документів НАФ, зокрема цифрових копій, що містять інформацію з обмеженим доступом або обтяжені іншими обмеженнями, організовують із дотриманням вимог законодавства та відповідно до методичних рекомендацій «Доступ до цифрового фонду користування документами Національного архівного фонду» [3], і надають лише зареєстрованим та оформленим у встановленому порядку користувачам архівної установи.

Про відмову в доступі до документів НАФ та довідкового апарату керівництво архівної установи (або за його поданням – керівництво Державної архівної служби України) письмово інформує користувачів, зокрема тих, які порушили Порядок користування документами Національного архівного фонду України, що належать державі, територіальним громадам [2], із зазначенням вичерпних підстав відмови.

Доступ користувачів архівної установи до документів НАФ та довідкового апарату, зокрема копій та інших об'єктів цифрового фонду користування, може бути реалізовано віддалено на спеціальному порталі (вебсайті) архівної установи чи міжархівному порталі через єдине вікно доступу за допомогою інтернет-технологій.

Залежно від умов функціонування архівної установи можливі такі способи віддаленого доступу відповідно до методичних рекомендацій «Доступ до цифрового фонду користування документами Національного архівного фонду» [3]:

- відкритий вільний доступ до повних цифрових копій документів із різним типом носіїв та інших об'єктів цифрового фонду користування для усіх користувачів із можливістю завантажити копію документа без попередньої реєстрації користувачів у системі;

- відкритий доступ до повних цифрових копій документів усіх користувачів без можливості завантажити копію документа без попередньої реєстрації користувачів у системі;

- відкритий доступ до фрагментів цифрових копій документів (переглядовий варіант) без попередньої реєстрації користувачів у системі, а для зареєстрованих користувачів – до повних цифрових копій документів з можливістю або без можливості завантажити копію документа;

– віддалений доступ до цифрових копій документів через замовлення у паперовій або електронній (онлайн) формі на платній основі – користувач отримує гіперпосилання на цифрову копію конкретного документа або цифрова копія надсилається користувачу на електронну пошту.

За певних умов можливий доступ до документів НАФ та довідкового апарату з автоматизованого робочого місця в читальному залі архівної установи.

За можливості архівна установа має перемістити сектор користування документами (зону видавання справ і читальний зал) на перший поверх із найкоротшим шляхом до виходу, який обладнано додатковими камерами відеоспостереження.

#### **Список використаних джерел**

1. Правила роботи архівних установ України : затв. наказом М-ва юстиції України від 8 квіт. 2013 р. № 656/5 : зареєстр. в М-ві юстиції України 10 квіт. 2013 р. за № 584/23116. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0584-13#Text>. (дата звернення 01.05.2024)
2. Порядок користування документами Національного архівного фонду України, що належать державі, територіальним громадам : затв. наказом М-ва юстиції України від 19 листоп. 2013 р. № 2438/5 : зареєстр. в М-ві юстиції України 21 листоп. 2013 р. за № 1983/24515. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1983-13#Text>. (дата звернення 01.05.2024)
3. Доступ до цифрового фонду користування документами Національного архівного фонду : метод. рекомендації / Держ. арх. служба України, УНДІАСД ; уклад.: Л. В. Дідух, Т. М. Ковтанюк. Київ, 2022. 85 с.
4. Про звернення громадян : Закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр#Text>. (дата звернення 01.05.2024)
5. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>. (дата звернення 01.05.2024)
6. Про Національний архівний фонд та архівні установи : Закон України від 24.12.1993 № 3814-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12> (дата звернення 01.05.2024)

***Шевченко Наталія Олександрівна***

*кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККиМ*

*nataliya-ametist@ukr.net*

*<https://orcid.org/0000-0003-0645-8648>*

## **Інтенсифікація туристично-рекреаційної діяльності як чинник відродження локальної ідентичності**

Успішні формати просування нестандартних підходів організації туристичної діяльності з використанням ресурсів і можливостей регіонального розвитку, в перспективі мають стати головними чинниками відродження локальної ідентичності у післявоєнний час. Локальні осередки елементів нематеріальної культурної спадщини, якими славиться кожен регіон України мають великий потенціал для створення на їх основі різноманітних подій, які приваблять туристів, що зацікав-

лені у культурній спадщині певної території, туристичних destinations та мережі туристичних маршрутів національного і міжнародного значення. ПУчасники проекту «Візуальна ідентифікація спадщини в публічному просторі історичних міст України», який був реалізований у 2023 році в чотирьох малих історичних містах, мали на меті посилення туристичної привабливості історичних поселень за рахунок презентації в їх публічному просторі спадщини, яка була знаковою для цих міст, після чого створили точки огляду з реконструйованими на прозорих стендах давніх історичних будівель на фоні сучасних природних та архітектурних ландшафтів [2].

Інтерактивна карта Віртуального музею елементів НКС, не зважаючи на військовий час майже щомісяця поповнюються новими елементами, які виявлені в останні роки. Зокрема, лише на території Якушинецької територіальної громади, що на Вінниччині, протягом 2022-2024 років було виявлено, досліджено та оприлюднено матеріали про такі елементи нематеріальної культурної спадщини, як: 124 слова місцевого мовного діалекту та 25 народних музичних творів; виявлено ареал побутування традиційної для цієї місцевості техніки вишивки «крутяна сорочка»; досліджено гастрономічні традиції громади, серед яких пшоняна каша «Зозуля» вже внесена до Національного переліку елементів НКС. Водночас, навіть під час повномасштабного вторгнення, дистанційно, завдяки мережі інтернет на фестивалі обрядової культури різдвяного циклу «Якушинецькі поколядини» можна почути стародавні колядки та щедрівки; з унікальними звичаями весняного циклу, який щорічно проводиться на Масниці-Колодія, є нагода віртуально познайомитися на фестивалі «Якушинецькі весноспіви» [3].

Ефективна організація туристично-рекреаційної діяльності на регіональному і місцевому рівнях набуває важливого значення в умовах значної руйнації природних комплексів і туристичної інфраструктури, коли постає питання виділення функціональних зон регульованої та стаціонарної рекреації у дендрологічних і національних природних парках, регіональних ландшафтних парках та природних заповідниках, розширення рекреаційних зон навколо великих міст та диверсифікації підходів до традиційних видів туризму у сільських регіонах, які здатні вирішити проблему короткотривалого відпочинку за рахунок розвитку нових туристичних закладів: кемпінгів, стаціонарних і наметових туристично-оздоровчих таборів, дитячих туристичних станцій тощо, та програм тривалого перебування для оздоровлення українців в курортних місцевостях. Водночас, українські науковці відзначають недостатнє вивчення наслідків російсько-української війни на природні й культурні туристичні ресурси країни, вплив на етнічні процеси і відповідно, збереження традиційних ремесел та гастрономічних традицій, що є основою сільського туризму, а тому пріоритетні напрямки розвитку туристичних потоків в повоєнний період складно визначити [1].

Найбільш ймовірними напрямами активізації туристично-рекреаційної діяльності місцевих громад й туристичного бізнесу на шляху розвитку туризму на локальному рівні вбачаються наступні: розбудова мережі маршрутів культурного туризму з використанням об'єктів, що пов'язані із місцевими елементами нематеріальної культурної спадщини; впорядкування маршрутів пам'яті, пов'язаних із подіями російсько-української війни та переосмислення інтерпретації історичних постатей і пам'яток показу для використання в туристично-рекреаційній діяльності; популяризація традицій глокальної і локальної природної, етнокультурної і урбаністичної спадщини; максимальне сприяння державно-приватному партнерству на регіональному рівні; креативні підходи до створення портфолію для туристично-привабливих об'єктів українських громад природного і культурного походження та подальшою їх промоцією на популярних туристичних сайтах; формування рекреаційної інфраструктури на принципах надання туристичних послуг з числа фахівців місцевих територіальних утворень; розробка туристських стратегій, проєктів і програм, що орієнтовані на регіональні культурні продукти; проведення екскурсій для іноземних туристів на виставки народних промислів і гастрономічні фестивалі, ярмарки і свята в музеях-скансенах.

#### Список використаних джерел

1. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6403/13255-1?inline=1> (дата звернення 03.05.2024).
2. Проєкт «Візуальна Ідентифікація Спадщини: віртуальна презентація публічних просторів історичних міст України». 2023 Центр розвитку музеєзнавства і пам'яткознавства. URL: <https://www.facebook.com/StudyHeritage> (дата звернення 03.05.2024).
3. Якушинецькі Весноспіви URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8mgdqQsW0fk> (дата звернення 03.05.2024).

*Рева Тетяна Сергіївна*

*кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ  
<https://orcid.org/0000-0002-9569-584X>*

## **Деколонізація культурної спадщини як інструмент формування громадянської стійкості: український вимір**

У сучасних складних умовах для української держави одним з найважливіших питань стало збереження культурної спадщини та її звільнення від колоніальних наслідків, тобто формування національної та громадянської ідентичності, які є основою громадянської стійкості у суспільстві. Остання, на думку європейських дослідників Х. Сміт, Дж. Шмідт та їх колеги у своєму звіті «Hybrid threats: a comprehensive

resilience ecosystem» ключовим елементом екосистеми комплексної протидії гібридним загрозам та викликам, які постають в результаті деструктивних процесів [5].

У 2022 та 2023 році затверджено два нормативні документи, що спрямовані зміцнення громадської стійкості, а саме: Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» (2022 рік) [2] та Стратегія утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року (2023 рік) [3]. Ці два документи закріплюють важливу роль у національній ідентичності та її вплив на формування культури України, тобто це перші документи в яких здійснюється спроба побудови системи заходів для формування важливого ціннісного простору у майбутніх поколіннях.

У своїй праці «Трубадури імперії. Російська література та колоніалізм» дослідниця Ева Томпсон перед аналізом проявів російського імперіалізму у літературі, розкриває поняття колоніалізму та його агресивної природи. Вона пов'язує його із націоналізмом підкреслюючи деструктивний характер по відношенню до інших культур. «Маніпулятивний і агресивний різновиди націоналізму, націлені на колонізацію інших, кардинально відрізняються від тих слабких, оборонних різновидів, які легко стають жертвами збройної та інформаційної агресії з боку ворогів, і це є однією з причин ... накладення на політично слабкі нації та тавра «винних у націоналізмі» з одночасним виправданням демонстрації сили з боку сильних» [4, с. 38]. На її думку він спрямований на витіснення автохтонної культури та її заміщення необхідними імперськими нарративами та візією соціально-культурних процесів.

Історичний розвиток української державності склався так, що різні території входили до складу різних імперій, що вплинуло на розвиток української культури у різних формах від привласнення до нівелювання або заборони, тому питання деколонізації культурної спадщини набуває особливої важливості. Цей процес охоплює різні періоди на перегляд зразків культури та мистецтва із україноцентриського боку. Прикладами, можуть бути такі постаті у образотворчому мистецтві як Архип Куїнджі та Анатоль Петрицький, у музиці Дмитро Ведель та Максим Березовський, а також спадщина Київської Русі та її спадкоємність. Літературу у призмі деколонізації розглядає у своїй збірці есе «За лаштунками імперії» Віра Агєєва [1], інші види мистецтва та їх рефлексію представлено у ряді нового відеоконтенту викладеного у вільному доступі на платформі Youtube та інших освітніх платформах, серед них відеопроєкт «Культригер» Богдана-Олега Горбчука, «Довга війна» Олексія Ковжуна, Культурний проєкт тощо.

#### **Список використаних джерел**

1. Агєєва В. За лаштунками імперії. Есеї про українсько-російські культурні відносини. Київ: ВІХОЛА, 2021. 360 с.

2. Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» від 13.12.2022, № 2834-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text>
3. Стратегія утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року: постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1322-2023-%D0%BF#n18>
4. Томпсон Ева (2023). Трубадури історії. Російська література та колоніалізм. Київ: Наш Формат. 384 с.
5. Hybrid threats: a comprehensive resilience ecosystem. URL: [https://www.hybridcoe.fi/wp-content/uploads/2023/09/JRC129019\\_02.pdf](https://www.hybridcoe.fi/wp-content/uploads/2023/09/JRC129019_02.pdf)

**Білобловський Віктор Іванович**  
аспірант НАКККіМ

*Науковий керівник: Дьяченко Володимир Валерійович,*  
кандидат мистецтвознавства,  
доцент кафедри музичного продакшну НАКККіМ

## **Аналіз пісні Володимира Івасюка «Я піду в далекі гори»**

Пісня «Я піду в далекі гори» була написана видатним українським композитором-виконавцем, мультиінструменталістом і поетом Володимиром Івасюком в період 1968 – 1969 роки. Композитор-початківець, на той час в репертуарі мав мало пісень, але через пару років світ почує «Червона рута», «Водограй», «Пісня буде поміж нас». Тому «Мила моя» або «Я піду в далекі гори» можна вважати початком взлету молодого композитора.

Автор пісні В. Івасюк у приватному листі до співробітниці Чернівецького телебачення Ніни Щербакової напише: «Ця пісня написана під впливом якогось неясного образу, хоч я й відчував, що цей образ існує насправді. Під час запису я почав усвідомлювати, що той далекий туман, для якого я писав цю пісню, набуває конкретної форми й перетворюється на тебе, Ніно. Хоч це й дивно, але це так. Я зрозумів, що ця пісня написана під твоїм впливом і за правом вона має бути твоєю» [2].

Саме цій білявці присвятить пісню «Мила моя» або більш відома під назвою «Я піду в далекі гори». Першою виконавицею пісні «Я піду в далекі гори» була Лідія Відаш. Она виконала її під орудою В.Петруся (1971 р.). В цьому році пісню виконав Василь Зінкевич з оркестровою українського музиканта, (музичного продюсера) композитора, засновника та керівника ВІА «Смерічка» Л. Дутківського. Автор В. Івасюк також виконав цю пісню. Згодом вона набула популярності. Її до репертуару взяли виконавці: Назарій Яремчук, Софія Ротару, «Плач Єремії», Квітка Цісик, Христина Соловій, Валерія Вовк, Оксана Муха, Владимир Трач, Яна Ковалева, Марія Яремчук, FIJI Band&Карач.

Вибір композиції відбувся системно. Пісня являє собою яскравий



приклад інтерпретації всіх музичних засобів. Засоби музичної виразності також набувають змін від інтерпретації до інтерпретації, але саме через зміну засобів музичної мови. На нижче наведених прикладах проведемо аналіз інтерпретаційного розвитку композиції шляхом дослідження засобів музичної мови та засобів музичної виразності. Визначено головні напрямки нашого дослідження засобів музичної мови, а саме: лірика (словесний текст), мелодія як основа засобу музичної мови, структура композиції, темп композиції, ритм композиції, гармонічна послідовність, мелодія басу як підтримка гармонії композиції. Засобів музичної виразності: музичний жанр, аранжування, сукупність тембрового звучання як сольних інструментів так і звучання ансамблевого тембру.

Дослідимо в наступній хронології варіанти інтерпретаційного виконання пісні: В. Івасюка [1], Л. Відаш (В. Петрусь) [3], В. Зінкевича (оркестровка Л.Дутківський [4]) та К. Цісик [6] (аранжування Джек Кортнер (англ. Jack Cortner [5])).

Лірика, словесний текст. Задля спрощення аналізу будемо вважати виконавця і інтерпретатора однією людиною. Наведемо варіанти тексту визначених інтерпретаційних варіантів. Володимир Івасюк в власному виконанні.

Текст пісні «Я піду в далекі гори» передає ніжну любовну лірику. Передано почуття українського юнака до дівчини. Автор вклав внутрішні любовні переживання з відчуттями від спілкування з природою, саме з Українськими Карпатами. У цій пісні проявився унікальний дар автора. У тексті пісні поєднати любов до людини, природи, України. Івасюку це вдалося, а інші інтерпретатори розвинули і покращили цю тему.

Спробуємо відзначити зміни, що відбулися під час виконання пісні різними виконавцями. В. Івасюк пропонував приспів на 32 такти, розвиваючи його додатковими римами «Мила моя, Люба моя, Квіте мій ясний. Я несу в очах до тебе, Безліч світлих мрій». Що в подальших інтерпретаціях різних авторів не було продовжено. В. Зінкевич допрацював останній рядок першого куплету і зробив заміну «Що так люблять очі сині» на «Що кохають очі сині.» Лідія Відаш, інтерпретуючи словесний текст під жіночу любовну лірику, впровадила заміну «Мила моя, люба моя, Сонця ясен цвіт.» на «Мій коханий серце моє, Квітне ясен цвіт». Що в контексті першочергової назви пісні «Мила моя» сприймається в новому баченні.

Квітка Цісик в розрізі інтерпретації лірики або словесного тексту виявилася неординарною і поглянула на текст у більш широкому розумінні. Вона пропрацювала словесний текст на новий лінгвістичний і семіотичний рівень. Співачка, вкладаючи новий словесний текст, використала слова як «полонина» (як безліса ділянка верхнього поясу Українських Карпат) «зворів» (звір, дика, хижа, тварина), «Кичера» (гора, вкрита лісом, крім вершини), «бескиди» (Круте урвище, провал-

ля). Красномовна палітра української мови, що використала інтерпретаторка лише поглибила уяву слухача, розкрила внутрішні любовні переживання, любов до Карпат та України з новим підходом.

У цьому контексті зазначимо про яскраву художню інтерпретацію словесного тексту Квітки, де вона виразним прикладом розкрила свої пережання, ставлення, емоції, любов до української культури, музики, мови. Інтерпретуючи ліричний текст, на новому художньому рівні авторка лише підкреслила рівень емпатії до України. Поглиблення цієї думки відбулося з використанням в тексті слів «карі очі, чорні брови», що є сакральним і багатошаровим поняттям в українському етносі. Словосполучення «карі очі, чорні брови» ми читаємо у Тараса Шевченка у вірші «думка»: «Нашо мені чорні брови, Нашо карі очі...», що був написаний у 1838 році. Відомий романс «Чорні брови, карії очі», текст поезії «До карих очей» фольклориста, педагога, Костянтина Даниловича Думитрашка (1814–1886).

Пісня «Карі очі, чорні брови» у виконанні Тріо Мареничів засвідчила глибоке ставлення до української культури, до жіночої вроди. Використання зрозумілих і знайомих словесних обертів поглибило любовну лірику Івасюка в інтерпретації Цісік. Зазначимо, що «карі очі, чорні брови» протягом всього тексту використовується три рази, що акцентується інтерпретаторкою. Словосполучення «Любов-зажура» досконало передає глибокі любовні почуття юнака, про якого співає Квітка. Сама констатація наявності трьох куплетів підсилює наші припущення. Лірика, як засіб музичної мови на погляд інтерпретаторів є вагомим аргументом для розуміння музичного тексту і формування слухацької інтерпретації.

Композицію супроводжують три головні мелодичні лінії: куплету, приспіву, вокального прогашу. Прослуховуючи чотири варіанти інтерпретації зазначимо, головна мелодія куплету, приспіву і вокального прогашу незмінна. Мелодія куплету і приспіву, перебуваючи в інтонаційному та інтерпретаційному русі, не зазнає змін. Мелодія вокального прогашу стала виразною візитівкою, являє собою впізнаваний елемент, що викликає чіткий асоціативний зв'язок між мелодією вокального прогашу та самою піснею. Мелодія вокального прогашу видозмінюється вокальним слогом. Івасюк, Зінкевич, Відаш використовують слог «дан». Цісік видозмінює слог, що розспівується і співає «на».

Мелодія вокальний прогашу бездоганно підтримується другим голосом в терційний інтервал, що ми можемо прослухати в оригінальному звучанні Івасюка, в інтерпретаціях Зінкевича, Відаш. Цісік у власній інтерпретації не користувалася подібною опцією. Вокальний прогаш виконувала без використання другого голосу в терційний інтервал, але з використанням технології дабл запису. Багаторазового запису партії вокального прогашу, що передає відчуття потужності звучання в вокальній лінії. Відмітимо, що Лідії Відаш використала

подібну технологію протягом усього виконання, що покращувало тембральне звучання головного голосу та інтонаційне звучання солістки. Мелодія, як засіб музичної мову, була виражена та після неодноразових інтерпретацій залишилась незмінною.

Структура композиції одна з ключових елементів представлених в інтерпретації пісні «Я піду в далекі гори», де автори по різному підійшли до композиції. Схематично в усіх варіацій спостерігається: вступ, куплет, приспів, вокальний програш. В оригіналі Володимира Івасюка є гітарний програш. Спільною рисою представлених варіантів є відсутність коди, закінчення композиції відбувається шляхом fade out, затуханням композиції.

Таким чином, інтерпретатори прийшли до спільної думки, що реприза вокального програшу, як заключної частини, може повторюватися безкінечно, і як алегорія з безкінечною любов'ю, що має постійно лунати. Всі інші елементи зазнали кардинальних змін як по наповненню, так і по тривалості тактів.

#### Список використаних джерел

1. Володимир Івасюк «Я піду в далекі гори» веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XolO5uz8e34> (дата звернення: 26.03.2024).
  2. Історія пісні «Я піду в далекі гори» [електронний ресурс]. URL: <https://songs.in.ua/ya-pidu-v-daleki-hory/> (дата звернення: 26.03.2024).
  3. Лідія Відаш – Я піду в далекі гори (1971 р.) | BigBitUA веб-сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=Hjj0\\_bddeX8](https://www.youtube.com/watch?v=Hjj0_bddeX8) (дата звернення: 26.03.2024).
  4. Я піду в далекі гори (Миля моя) – Василь Зінкевич (1971) веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SSobCfMCMbw> (дата звернення: 26.03.2024).
  5. Message from Jack Cortner [електронний ресурс]. URL: <https://web.archive.org/web/20091017144254/http://lavender.fortunecity.com/casino/403/letters.html> (дата звернення: 26.03.2024).
- I Will Go to the Distant Hills веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=C7kkj5qsayA> (дата звернення: 26.03.2024).

*Добровольська Сніжана Ігорівна*  
*аспірантка Національної бібліотеки України*  
*імені В. І. Вернадського*  
*<https://orcid.org/0009-0007-1605-0351>*  
*[p\\_snizhanad@ukr.net](mailto:p_snizhanad@ukr.net)*  
*Науковий керівник: Дубровіна Любов Андріївна,*  
*доктор історичних наук, професор,*  
*член-кореспондент НАН України*

## **Нематеріальна культурна спадщина у формуванні соціокультурного простору України**

Культурна спадщина є невичерпним джерелом нації, вона сприяє згуртованості громад, розрізненних у результаті приголомшливих змін й економічної нестабільності. Творчість, зі свого боку, сприяє побудо-

ві відкритих, інклюзивних та плюралістичних суспільств. Спільно спадщина й творчість закладають основи для динамічних, інноваційних і процвітаючих суспільств, у яких принципове значення мають знання.

Окрім фізичних артефактів та цінних експонатів, надзвичайно важливим елементом культурної спадщини є її нематеріальна складова, яка включає традиції та живі вияви культури, передані від покоління до покоління. Нематеріальна культурна спадщина (НКС) відіграє важливу роль у формуванні соціокультурного простору України, і є основою для збереження ідентичності українського народу, його єднання та розвитку. Збереження та популяризація НКС – це завдання не лише держави, але й кожного з нас.

Окремі аспекти вивчення охорони нематеріальної культурної спадщини України та визначення важливої ролі, яку відіграють бібліотеки, зокрема, в її документуванні, дослідженні, збереженні, популяризації та формуванні в суспільства знань, розглянуто в наукових працях Білушак Т., Добровольської В., Серова Ю., Дубровіної Л., Лобузіної К., Онищенко О., Боряка Г., Киридон А., Матяш І. та ін. [1–5].

НКС має велике значення для формування ідентичності як окремої соціальної групи, так і особистості. Збереження цієї спадщини у всій її різноманітності є важливим фактором у підтримці культурного різноманіття в умовах глобалізації. Розуміння НКС різних спільнот сприяє міжкультурному діалогу та розвиває взаємоповагу до різних культурних практик.

НКС виконує ряд важливих функцій:

- зберігає ідентичність – є джерелом знань про минуле, про традиції та звичаї українського народу, допомагає людям усвідомити свою належність до певної культури, відчувати зв'язок з попередніми поколіннями;

- сприяє єднанню людей на основі спільних цінностей, традицій та вірувань, об'єднує людей різного віку, соціального статусу та з різних регіонів України;

- стимулює розвиток, може бути основою для розвитку туризму, освіти, науки та інших сфер, може використовуватися для створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури та покращення життя людей.

НКС України має ряд особливостей:

- різноманіття: НКС України надзвичайно різноманітна, вона включає в себе традиції, звичаї, обряди, вірування, мови, танці, музику, ремесла та багато іншого;

- унікальність: багато елементів НКС України є унікальними і не зустрічаються більше ніде у світі;

- динамічність: НКС постійно розвивається, змінюється та адаптується до нових умов.

В умовах російської агресії НКС України стає ще більш важливою для збереження ідентичності. Вона сприяє єднанню людей, дає їм відчуття єднання та підтримки, може стати основою для відновлення України після війни.

Об'єкти НКС, порівняно з іншими видами культурної спадщини, зазнають найбільш руйнівного впливу сучасного суспільства. Тому надзвичайно важливими є заходи щодо їх збереження та популяризації. Головна роль у їх реалізації належить бібліотекам та музеям, які у своїй діяльності поєднують два взаємопов'язані напрями – збереження та включення об'єктів нематеріальної спадщини в сучасний соціокультурний простір. Ці інституції зберігають у своїх фондах матеріали про обряди, свята, технології та інші складові нематеріальної культурної спадщини. Зокрема, відділом соціокультурної діяльності Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського підготовлено тематичну книжкову та електронну виставку «Нематеріальна культурна спадщина України» ([http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/ex/ex\\_files/2023-04\\_field\\_ex\\_files/nematerialna\\_kulturna\\_spadshchina\\_ukrayini.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/ex/ex_files/2023-04_field_ex_files/nematerialna_kulturna_spadshchina_ukrayini.pdf)). У рамках електронної виставки було представлено понад 100 видань, що розглядають широкий спектр тем, таких як усна народна творчість, народні звичаї та традиції, святкування, обряди, народна майстерність у музиці, піснях, танцях та театрі, традиційні ремесла, а також знання та уявлення українського народу щодо природи та всесвіту. Експозиція також включає видання, присвячені елементам нематеріальної культурної спадщини України, їх виявленню, ідентифікації та документуванню.

На сучасному етапі розвитку нашої держави незворотним є приєднання до євроінтеграційних процесів і прагнення до гідної репрезентації української культури у світовому інформаційному просторі.

НКС відіграє важливу роль у формуванні соціокультурного простору України, оскільки вона відображає традиції, звичаї, уявлення, вміння та знання, що передаються з покоління в покоління. Ці нематеріальні цінності створюють особливу атмосферу і визначають ідентичність кожного регіону та кожної громади в Україні. Вони сприяють формуванню національного самосвідомості та підтримці культурної різноманітності. Також сприяє збереженню та підтримці національного духу, спільного суспільного досвіду та взаєморозуміння між різними соціокультурними групами. Вона є основою для розвитку традиційного мистецтва, ремесел, музики, танців, обрядів та інших аспектів культури, що сприяє створенню єдиного культурного простору та національної ідентичності.

#### **Список використаних джерел**

1. Dobrovolska, V., Bilushchak, T., Syerov, Y. Intelligence Web Analysis of Internet Resources of Intangible Digital Cultural Heritage Collections. Proceedings of the 2nd International Workshop of IT-professionals on Artificial Intelligence (ProfIT AI 2022) 2022, Łódź, Poland, December 2-4, 2022. CEUR Workshop Proceedings 3348, CEUR- WS.org 2023. С. 1-18.

- <https://dblp.org/db/conf/profitai/profitai2022.html> (<https://ceur-ws.org/Vol-3348/paper1.pdf>) (дата звернення: 30.04.2024 р.).
2. Dubrovina L., Lobuzina K., Onyschenko O. And Boriak H. Digital humanities and databases of cultural heritage in libraries of Ukraine. Manuscript and Book Heritage of Ukraine. 2020. № 25. Pp. 290–309. DOI: <https://doi.org/10.15407/rksu.25.290>.
  3. Білушак Т. М., Добровольська С. І. Європейські та національні аспекти охорони, збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини: цифрові колекції у вебінформаційному середовищі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 1. С. 41–52.
  4. Добровольська В.В. Інформаційно-документаційне забезпечення розвитку соціокомунікаційного простору культури в Україні: монографія / Вікторія Добровольська ; М-во культури інформаційної політики України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. Київ : НАКККіМ, 2020. 352 с.
  5. Дубровіна Л., Киридон А., Матяш І. Архіви, бібліотеки, музеї – джерельна основа національної пам'яті, культурної спадщини України. *Бібліотечний вісник*. 2017. № 1. С. 3–10.

*Забродська Мирослава Анатоліївна*  
*аспірантка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Гавеля Оксана Миколаївна,*  
*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*доцент кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ*

## **Концепт національної ідентичності в музейно-виставкових просторах України**

Глобалізаційні процеси зумовлюють зміни у всіх без винятку сферах. Сфера культури, і особливо національної отримує сигнал про зміни чи не найпершою. Загалом поняття «ідентичність» дозволяє людині усвідомити ким вона є, і до якої спільноти належить.

Відчуття ідентичності надає її суб'єктові соціально значущий комплекс цінностей, символів і традицій. Національна ідентичність сутнісно пов'язана з культурою, з її ціннісно-моральними настановами до життя. У процесі життєдіяльності національна спільнота виробляє власні культурні коди, які є ознакою символічного буття нації, а саме – національну культуру (Шевчук С., 2017: 58-59). В умовах глобалізації світ загалом і культурні установи стикаються із проблемою репрезентації національно-культурної ідентичності. Тут варто виділити основні напрямки роботи культурної та освітньої галузей. В першу чергу, це діалог культур, взаємодія людей, заради розуміння іншого, але й заради більш глибокого усвідомлення самої себе (Шевчук С., 2017: 59). Однак варто бути обережним і не відмовитись в процесі глобалізації від традицій і самобутності культури. Втім, варто аналізувати помилки та недоліки сусідніх культур, задля вироблення власної культурної стратегії.

Важливо враховувати таке явище як «глобальний культурний ринок» який має схожість із світовим ринком, але радше в негативному

сенсі (Шевчук Д., 2010: 9-10). Але суть у тому, що певні культурні маркери можуть бути продані, як на локальному рівні, так і на світовому. У споживачів формується уявлення про культуру, як щось передбачуване і контрольоване, але це не є так. І саме не контрольованість і не передбачуваність і є її основою.

Цікавою є думка Е. Гідденса, який стверджує, що необхідна релокалізація традицій в глобальному контексті, треба таким чином поновити локальні особливості культур та представити їх світові (Шевчук Д., 2010: 13-14). Небезпека полягає тут у тому, що релокалізація створить певну штучність культури, а не автентичність. Втім, як початковий варіант, такий приклад є найоптимальнішим.

Варто зазначити, що ідентичність завжди прив'язана до часу та традицій, де власне час, як історичний простір творять люди, а отже традиції можуть змінюватися. Наративні форми ідентичності реалізуються насамперед у тих чи інших дискурсах – оповідних, описових, журналістських (роман, оповідання, ліричний вірш, стаття у газеті). Репрезентативні форми пов'язані зі зростанням візуальних образів і їх диктату у сучасній культурі (живописний образ, фотографія, кінообраз тощо). (Титар О., 2016: 30). Як наголошує О. Титар, «мистецтво пізнього постмодерну та глобалізму другого етапу та третього етапу характеризується зростанням факторів візуалізації та репрезентації, життя не намагається знайти відбиток у репрезентації, а само стає репрезентацією, тому наративи фрагментуються, а репрезентації не тільки онтологізуються, а й замінюють життя, центральними репрезентативними формами стають мистецтво самого себе – кар'єри професійної та соціальної – та (само) виховання особистості» (Титар О., 2016: 30). Найпростіше це представити на візуальній спадщині, де кожен об'єкт є символом, наділеним сенсом. А процес репрезентації передбачає використання слів та образів як «репрезентації репрезентацій», їх кодування, декодування та інтерпретацію (Павліченко, 2023: 60). Репрезентація є не відображенням, а активним процесом відбору, структурування і формування, наділення чогось сенсом. Візуальні образи демонструють свої трансформаційні якості, оскільки здатні змінити суспільну думку та мобілізувати людину на певні дії (Павліченко, 2023: 61). На думку О. Ліщинської «культ візуалізації життя проявляється у творенні за допомогою новітніх мистецьких технік і форм відповідного коду культури та візуальної історії» (Ліщинська, 2014: 92).

Отже, репрезентація національно-культурної ідентичності в умовах глобалізаційних процесів є комплексним процесом. Кожна нація має виробити свою власну особливу форму репрезентації культури, поєднуючи і візуальну і наративну, позаяк у глобальному світі саме культура є візитною карткою країни, яка формує її образ на світовій арені. Це своєрідний маркер на який купуються іноземці, досяжний ідеал, який можна спробувати, відвідавши країну. І національно-

культурна ідентичність як певний код, або система тільки спростять цю мандрівку.

### Список використаних джерел

1. Ліщинська, О. (2014). Вияви національно-культурної ідентичності в сучасній українській візуальній культурі. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Культурологія, 14(1), 89–97
2. Павліченко, Є. (2023). Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності. Питання культурології, 42, 57–65. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293704> (дата звернення 02.05.2024)
3. Титар, О.В. (2016). Українські національно-культурні ідентичності Слобожанщини у контексті глобалізації: філософсько-антропологічний вимір [Дисертація доктора філософських наук, Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна].
4. Шевчук, Д. (2010). Культурна ідентичність та глобалізація. (Cultural identity and globalization.). с. 4-15
5. Шевчук С. Національно-культурна ідентичність у глобалізованому світі. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Культурологія. 2017. Вип. 18. С. 58-60. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl\\_2017\\_18\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoakl_2017_18_17) (дата звернення 02.05.2024)

**Коник Дмитро Сергійович**

*аспірант Київського національного університету  
театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*

*adimakonik@gmail.com*

*<https://orcid.org/0000-0002-6608-5356>*

*Науковий керівник: **Безгін Олексій Ігорович**,  
дійсний член (академік) Національної академії  
мистецтв України, заслужений діяч мистецтв України,  
кандидат мистецтвознавства, професор*

### **Синтез видів мистецтва як спосіб збереження культурної спадщини**

Збройна агресія, що направлена на територіальну цілісність країни, її культуру, мову та національну ідентичність її громадян, вимагає від нації бачення культурних орієнтирів, що відділяють її від культурних орієнтирів країни-агресора. Війна змушує до активної культурної боротьби, що включає в себе збереження культурної спадщини, її популяризацію та створення нових продуктів мистецтва. Одним із способів поєднання усіх цих трьох складових культурного протистояння збройній, інформаційній та культурній експансії ворожої країни є синтез різних видів мистецтва, що породжує нові мистецькі твори, основою яких стають ті твори мистецтва, що входять до культурної спадщини країни, яка себе захищає. До цього також варто додати і найважливішу роль і значення культурної спадщини у формуванні і збереженні історичної пам'яті українського народу, що на сьогодні є найпотрібнішою справою [1], а також збереження пам'яток української культури, музейних колекцій, образотворчого і декоративного ми-



стества, внаслідок злочинного повномасштабного вторгнення російських військ на територію України [3].

Прикладом подібних симбіозів стають зв'язки поезії і літератури з образотворчим мистецтвом, музичним мистецтвом і, звісно, театральним та кіномистецтвом. Таким чином з'являються пісні на вірші українських поетів-класиків, ілюстрації, скульптури, колажі до класичних літературних творів, а також вистави, фільми та мультфільми, що створені на основі класичної драми, лірики або епосу.

Так, у 2023 році у Національному академічному драматичному театрі ім. Івана Франка, вийшла вистава «Конотопська відьма» на основі однойменної повісті (1833 року) Г. Квітки-Основ'яненка, музичний гурт «МУР» створив реп-мюзикл «Ти Романтика» на основі віршів поетів розстріляного відродження, художниця Катерина Косьяненко випустила ілюстрації майже до всіх поетичних та прозових збірок Сергія Жадана, музичний гурт «Dakh Daughters», «ДахаБраха», виконавець Паліндром впели у свої тексти вірші українських поетів-класиків, стендапкомік Сергій Чирков вибудував весь свій стендап-концерт «Кафе-шантан» на проблематиці російсько-українського культурного протистояння, в київському театрі «Майстерня Л. Лазович» вийшли вистави-автобіографії про Василя Стуса, Олену Телігу, Соломію Крушельницьку, Лесю Українку, Григорія Сковороду та Марію Приймаченко.

Подібних прикладів можна навести багато і всі вони дають нове життя класичним творам мистецтва, що входять до нашої культурної спадщини. Окрім популяризації відомих митців та їхніх творів, сучасний синтез мистецтв дає українській класиці нове свіже прочитання, що резонує із сьогоденням, зокрема з реальністю російсько-української війни.

Однією з основ національного культурного коду є дитяча література. Найвідомішим українським бестселером є «Тореадори з Васюківки», але вже понад 60 років цей прозовий твір залишався лише у вигляді прози [2]. За всі ці десятиліття (починаючи з 1960 року) не було здійснено жодної театральної постановки за мотивами «Тореадорів», не було знято повнометражного фільму чи мультфільму. Лише у 1965 році на Харківській кіностудії була створена однойменна 30-ти хвилинна короткометражка (реж. Самарій Зелікін), яку в СРСР заборонили через «викривлений образ радянських піонерів». Натомість, ця короткометражка була показана у 72 країнах світу та отримала гран-прі на Міжнародному фестивалі у Мюнхені. Будучи «затиснутим» лише на папері 63 роки, у 2023 році 9 грудня відбулася прем'єра драматичної вистави «Тореадори» у Київському Театрі юного глядача (реж. Христина Авакян). Також в КНУТКиТ ім. І. К. Карпенка-Карого у 2022 році було розпочато репетиції театральної постановки дитячого роману «Тореадори з Васюківки». Прем'єра відбулася 29 березня 2023 року.

Подібним чином, культурна спадщина звучить у інформаційно-розважальному сегменті і нагадує про свою національно-ідеологічну значимість та художню цінність. У час вседержавного психологічного потрясіння, часовий ресурс стає особливо вразливим. Представники різного покоління, на фоні постійного свідомого та позасвідомого стресу, у більшості своїй не здатні до довгої та уважної концентрації на художньому тексті. На допомогу приходять видовищні види мистецтва, які являть собою симбіоз елементів музичного, образотворчого та сценічного.

Маючи чіткі часові межі драматичний театр, опера, балет, кіно, стендап, жанровий концерт, пластичний театр, перформанс, імерсивний театр, поетичні вечори і т.д., дають сучасному українському глядачу втримати свою увагу на певному художньому творі, отримавши інтелектуальне, емоційне та духовне враження.

Так, скажімо, глядач, за 2 години сценічного дійства у виставі «Тореадори з Васюківки» студентів КНУТКіТ ім. І. К. Карпенка-Карого, чує фрагменти тексту найвідомішого українського дитячого твору, подробиці автобіографії В. Нестайка, епізод з аудіокниги «Тореадори з Васюківки» записаний Народним артистом України Б. Бенюком, українську народну пісню, пісні класиків української естради 90-х, а також музичний твір українського композитора М. Березовського «Eucharistic Verses: X. The Blessed I've already chosen». І це лише один з прикладів видовищного мистецтва, що є синтезом багатьох інших видів мистецтва.

Отже, одним із способів збереження та відновлення культурної спадщини в умовах воєнного стану, збройної агресії, наземних та повітряних атак є синтез різних видів мистецтва, який дає змогу культурному надбанню нашої держави та класичним художнім творам залишатися в інформаційному, творчому та начальному просторі завдяки своїй масовості, доступності, естетичній привабливості, сучасному звучанню та актуальній інтерпретації.

#### Список використаних джерел

1. Денисенко Г., Денисенко О. Культурна спадщина України у формуванні історичної пам'яті народу. *Краєзнавство*. 2014. № 1. С. 139-150.
2. Нестайко В. З. Тореадори з Васюківки. Трилогія про пригоди двох друзів. Нова авторська редакція з новими епізодами. Київ: «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА». 2010. 543 с.
3. Чегусова З. Культурна спадщина України: до питання дослідження її стану в контексті наслідків військового вторгнення. *Народна творчість та етнологія*. 2022. № 2. С. 88-94.

**Косінська Тетяна Вікторівна**

*аспірантка НАКККіМ*

*tkosinska@dakkkim.edu.ua*

*<https://orcid.org/0009-0008-7756-6279>*

*Науковий керівник: Дичковський Степан Іванович,*

*доктор культурології, професор кафедри*

*артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Хорова культура Поділля: збереження та трансформація в умовах російсько-української війни**

У період російсько-української війни, регіон Поділля, а також інші регіони України, стикаються зі значними викликами та загрозами, які суттєво впливають на всі сфери життя місцевого населення. Однією з таких сфер є хорова культура, яка є важливим елементом культурного доробку регіону та національної ідентичності українського народу. Поділля, безперечно, вважається широко представленою мистецькою та культурною скарбницею України. Сьогодні, на Поділлі діє значна кількість потужних хорових колективів, що сприяє його видатному представництву на міжнародній культурно-мистецькій арені. Яскравими зразками таких колективів є: Вінницький академічний міський камерний хор імені Віталія Газінського, Подільський камерний хор «Леонтович-капела» Вінницької обласної філармонії імені М. Д. Леонтовича, Академічний ансамбль пісні і танцю «Поділля» Вінницької обласної філармонії, Народна хорова капела Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, Хор Вінницького фахового коледжу культури і мистецтв імені М. Д. Леонтовича, Народна аматорська хорова капела імені М. Д. Леонтовича Тульчинського ЦКіД, Хмельницький академічний муніципальний камерний хор, Академічний ансамбль пісні і танцю «Козаки Поділля» Хмельницької обласної філармонії, Хор «Молодість» Хмельницького фахового музичного коледжу імені В. І. Заремби, Камерний хор «Ясинець» Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Народна хорова капела «Мелос» Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, Народна академічна хорова капела імені Віктора Толстих Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії тощо, а також інші провідні народні аматорські хорові колективи та дитячі хорові колективи закладів початкової мистецької освіти, які також активно сприяють розширенню хорової культури Поділля.

Зазначимо, що хорова культура Поділля привернула увагу видатних науковців, таких як: Т. Бурдейна-Публіка, Р. Римар, О. Смоляк, О. Стебельська, Т. Сідлецька, С. Садовенко, В. Найда, М. Ярова, М. Антошко тощо. Їхні дослідження висвітлюють не тільки історію розвитку хорової культури регіону, але й її сучасний стан, виклики та перспективи.

Російсько-українська війна спричинила серйозні трансформації у всіх аспектах культурного життя суспільства, включаючи хорову культуру Поділля. Ці зміни суттєво вплинули на активність хорових колективів та зацікавленість населення у збереженні культурних традицій.

Сучасна діяльність хорових колективів Поділля сприяє підтримці морального духу та надихає населення на активні дії для захисту своєї країни. Досліджуючи хорову культуру Поділля початку XXI століття науковці Ю. Баранецька та С. Коханська в своїй статті «Специфіка культурно-просвітницької діяльності Хмельницького академічного муніципального хору в умовах російсько-української війни» вказують на те, що «сучасні реалії сьогодення, в яких наша держава змушена шляхом воєнних дій, починаючи з 2014 року, виборювати право бути незалежною та суверенною, чіткою позицією як керівника колективу, так і його учасників було об'єднатися одним спільним містецьким фронтом і спрямувати свої орієнтири на допомогу Збройним Силам України, влаштовуючи численні акції, що мають на меті збір коштів, а також пропагування української музики не лише в Україні, але й далеко за її межами» [1, 189]. Це свідчить про глибоке занурення хорових колективів регіону у контекст сучасних подій та їхню активну участь у вітчизняному духовному відродженні.

Незважаючи на збереження активності хорових колективів, російсько-українська війна все ж таки вносить свої корективи в хорову культуру Поділля. Зміни в репертуарі, структурі колективів (зменшення кількості учасників) та характері їх виступів, перерозподіл функцій та зміна лідерства – це ті аспекти, які адаптують хорові колективи до нових умов. Часто хорові колективи, «слабкі в художньому плані колективи» [3, 54], стикаються з труднощами в забезпеченні своєї долі в умовах війни, що призводить до припинення або призупинення їхньої діяльності. Більш потужні хорові колективи, незважаючи на виклики, зберігають свою активність, як засіб підтримки морального духу суспільства. Науковиця С. Садовенко підкреслює, що хорова культура «розкриває єдність людського і природного» [3, 54], а також сприяє виникненню «особливого психологічного стану піднесення» [3, 54]. Це свідчить, що «навіть у періоди значних соціальних потрясінь» [3, 54], виконавська діяльність хорових колективів стає символом віри, надії та солідарності народу.

Хорові колективи Поділля активно адаптуються до нових умов, пристосовують свої робочі графіки, змінюють репертуар, ведуть активну гастрольну діяльність, спрямовану на залучення глядачів. В контексті сучасності хори шукають нові способи взаємодії з аудиторією через різноманітні інтернет-засоби та технології. Це стає важливим фактором у розвитку хорової культури регіону. Одним з яскравих прикладів такої діяльності є постійна участь хорових колективів у Всеукраїнських он-

лайн-флешмобах. Наприклад, пісня січових стрільців «Ой у лузі червона калина», яка нині співається над світом і підносить дух українців, у 2022 році була записана за підтримки Центру музичного мистецтва Військово-Повітряних Сил Збройних Сил України, Департаменту культури міської ради та управління культури і креативних індустрій ОВА. Запис був здійснений артистами Центру військово-музичного мистецтва Повітряних Сил Збройних Сил України, провідними солістами та мистецькими колективами Вінниці, такими як: Вінницький академічний міський камерний хор імені Віталія Газінського КЗ «Центру концертних та фестивальных програм», Народний аматорський хоровий колектив Липовецького міського Будинку культури, Академічний ансамбль пісні і танцю «Поділля» Вінницької обласної філармонії імені М. Леонтовича. Усі ці інноваційні підходи та формати, такі як відео- та аудіозаписи виступів, онлайн трансляції концертів, стають потужним каталізатором для розвитку хорової культури регіону.

Мистецькі колективи Поділля, включаючи хори дитячих мистецьких шкіл, мистецьких та педагогічних навчальних закладів, а також провідний хоровий колектив Вінницької області – Подільський камерний хор «Леонтович-капела» Вінницької обласної філармонії ім. М. Леонтовича, в 2023 році, об'єдналися для участі в міжнародному флешмобі «Хори за мир». Цей проєкт, заснований та спонсорований Familia Coral Santiago Apóstol у Грін'йоні (Мадрид, Іспанія), став некомерційною платформою для об'єднання різних хорових колективів та інституцій з метою заклику до миру за допомогою хорового співу. Співи усіх хорів-учасників світу транслиювалися онлайн на спеціально створеній платформі проєкту. Це виконання створило потужне енергетичне єднання з закликом до миру. Крім обов'язкової композиції «Dona Nobis Pacem», хорові колективи виконали твір автора зі своєї країни, який був визначений умовами проєкту. Вінничани обрали для цього «Щедрика» Миколи Леонтовича, який відображає українську культуру загалом і Поділля зокрема.

Хорові колективи Поділля активно приймають участь у культурно-мистецьких проєктах на різних рівнях – від міських та обласних до Всеукраїнських та Міжнародних. Наприклад, Народний аматорський хор ветеранів війни та праці ім. Родіона Скалецького та хор «Барви осені» долучилися до прямої трансляції концерту «Вінниця – Швейцарія». Учасники колективу, понад 30 співаків поважного віку, не зупинилися перед бажанням підтримати Збройні Сили України. Запалені митці виконали патріотичну композицію «Заспіваймо пісню за Україну!», яка прославляє нашу історію та традиції. «Проведення численних фестивалів, конкурсів, концертів, флешмобів, благодійних акцій різного формату, з кожним кроком, наближує нас до перемоги і дає зрозуміти усьому цивілізованому світу, що ми найбільш цілісна, згуртована та непереможна нація» [1, 193].

Сьогодні, Хорова культура Поділля виступає як потужний інструмент для підтримки морального та психологічного стану суспільства, що призводить до збільшення інтересу до неї. Виступи перед військовими підрозділами, у військових госпіталах, лікарнях, на передовій, надихають бійців та медичні персонали, підвищуючи їхню віру та моральний дух. Виконання патріотичного репертуару, пісень про захист рідної землі, серед населення територіальних, міських, районних та обласних громад, відображає силу, співчуття та надію, створює атмосферу єднання та підтримки, зміцнює почуття солідарності та оптимізму.

Умови війни створили серйозний тиск на психологічний та емоційний стан населення. На думку О. Копієвської «Російсько-українська війна, запустивши механізм травматизації українського соціуму, соціальних спільнот, і окремих індивідів, перетворила українців на носіїв травми, культурної зокрема» [2, 19]. Російсько-українська війна призвела до значних втрат у хорівій спільноті. Втрати членів колективів та членів їхніх родин, друзів, знайомих, значно ускладнила їхню можливість функціонувати, «постійна небезпека, особисті страждання, відчуття абсурдності й трагізму соціального й індивідуального буття українців докорінно змінила спосіб життя нашого народу, значна частина якого, існуючи на межі буття і не буття, життя та смерті, здійснює надзусилля задля адаптації до трагічних обставин і подолання травматичного досвіду» [2, 17]. Сьогодні, війна травмує нашу культуру, підриває основи існування творчих колективів, руйнує підґрунтя для подальшого розвитку хорової культури України тощо.

Один з головних викликів після російсько-української війни – відновлення ресурсів, необхідних для розвитку хорової культури Поділля, а саме додаткової підтримки та стимулювання художньої діяльності, зокрема хорових колективів. Шлях до її відновлення та підвищення професійного рівня потребує спільних зусиль держави, громадських організацій та самого суспільства. Завдяки цьому, хорова культура Поділля стане більш впливовою силою, продовжить відігравати пріоритетну роль – виявляти та утверджувати національну ідентичність українського народу.

Дослідження динаміки розвитку сучасного життя хорової культури Поділля залишається перспективним напрямом. Це дослідження має велике значення для вивчення процесів, що відбуваються у хорівій сфері регіону та їх впливу на формування культурного образу Поділля. Подальший аналіз динаміки розвитку хорової культури дозволить відтворити цілісну картину національної культури з урахуванням різноманітних регіональних особливостей, сприятиме розумінню процесів самоідентифікації та саморефлексії українського народу через призму його творчого спадку.

### Список використаних джерел

1. Баранецька Ю. М., Коханська С. В., Специфіка культурно-просвітницької діяльності Хмельницького академічного муніципального хору в умовах російсько-української війни. Музичне мистецтво і культура. 2022. Вип. 35. Кн. 1. С. 184-194. URL: <https://music-art-and-culture.com/index.php/music-art-and-culture-journal/article/download/819/1170> (дата звернення: 17.04.2024).
2. Копієвська О. Р. Культурні практики як стратегії детравматизації вітчизняного соціуму в умовах російсько-української війни. У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. (Київ, 2–3 лютого 2023 р.) / упоряд. В. П. Дячук. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 17-19. URL: [https://nakkkim.edu.ua/images/Instytutu/novyny/02\\_23/230210\\_Konf\\_DIaChUK\\_ZMIST.pdf](https://nakkkim.edu.ua/images/Instytutu/novyny/02_23/230210_Konf_DIaChUK_ZMIST.pdf) (дата звернення: 17.04.2024).
3. Садовенко С. М. Хорове мистецтво України як багаторівневий соціокультурний феномен в контексті історичного процесу. Культура і сучасність : альманах. 2022. № 1. С. 48-55. URL: [https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4356/Kultura\\_i\\_suchasnist\\_1\\_2022\\_DOI-48-55.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4356/Kultura_i_suchasnist_1_2022_DOI-48-55.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 17.04.2024).

**Матіос Андрій Олегович**  
аспірант НАКККіМ

*Науковий керівник: Литвин Сергій Харитонович,  
доктор історичних наук, професор, професор  
кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ*

### **Формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей, пограбованих у ході російсько-української війни в Україні**

У світі, де культурна спадщина є визначальним елементом національної ідентичності та глобального культурного розмаїття, питання захисту та відновлення культурних цінностей в умовах конфлікту стає особливо актуальним. Російсько-українська війна, яка вразила не лише політичну сферу, а й культурну спадщину, підкреслює необхідність формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей.

Тема формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей, пограбованих в ході російсько-української війни в Україні, залишається надзвичайно актуальною з кількох ключових причин:

1. Захист культурної спадщини в умовах конфлікту: Конфлікт в Україні призвів до численних випадків пограбувань та знищення культурних об'єктів, що ставить питання про необхідність ефективного міжнародного реагування та відновлення цінностей.

2. Запобігання незаконній торгівлі культурними цінностями: Росуть загрози незаконної торгівлі культурними цінностями на міжнарод-

дному рівні. Відсутність чітких міжнародно-правових засад може стати катализатором для таких негативних явищ.

3. Підвищення свідомості громадськості: Зростаюча свідомість громадськості та активна участь громадян у питаннях реституції важливі для забезпечення ефективного розв'язання проблеми та впровадження міжнародних стандартів.

4. Потреба у глобальних механізмах співпраці: Культурна спадщина не має кордонів, тому вирішення питань реституції вимагає глобальної співпраці та взаємодії між державами, міжнародними організаціями та громадськістю.

5. Виклики технологічного розвитку: Сучасні технології можуть бути як засобом захисту, так і інструментом порушення правил у галузі реституції. Актуальність полягає в розробці та адаптації міжнародно-правових засад до нових викликів, пов'язаних із технологічним розвитком.

Загальна актуальність цієї теми полягає в необхідності створення ефективних та узгоджених міжнародних механізмів для захисту та відновлення культурних цінностей в умовах конфлікту, сприянням міжнародній співпраці та визначенням стандартів для реституції втрачених об'єктів.

Формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей, пограбованих в ході російсько-української війни в Україні, є важливим аспектом вирішення проблем, пов'язаних із захистом культурної спадщини та запобіганням незаконній торгівлі артефактами. Цей процес ґрунтується на розвитку і вдосконаленні міжнародних норм і стандартів, спрямованих на забезпечення ефективного виявлення, ідентифікації та повернення культурних цінностей до їх законних власників. Зокрема, важливо розглядати наступні аспекти:

1. Міжнародні конвенції та угоди: Розвиток міжнародних угод і конвенцій, спрямованих на захист культурної спадщини в умовах конфліктів, допомагає створювати юридичну основу для реституції пограбованих культурних цінностей. Підписання та ратифікація таких документів стають важливим етапом у формуванні загальносвітових стандартів.

2. Міжнародні механізми експертизи: Розвиток стандартів та протоколів для проведення мистецької експертизи, які визначають методологію виявлення та ідентифікації культурних об'єктів, є важливою складовою формування міжнародно-правових засад. Впровадження єдиної системи експертизи допомагає забезпечити об'єктивність та достовірність результатів.

3. Міжнародна співпраця та обмін інформацією: Створення механізмів для ефективного обміну інформацією між країнами, музейними установами, правоохоронними органами та експертами сприяє опера-



тивному виявленню та реагуванню на факти пограбувань культурних цінностей.

4. Упровадження відповідальності: Удосконалення міжнародного права для накладення відповідальності на тих, хто здійснює незаконний обіг культурних цінностей, є ключовим елементом формування міжнародно-правових засад. Встановлення високих штрафів та кримінальної відповідальності може стати ефективним стримувальним механізмом.

5. Залучення міжнародних організацій: Сприяння ролі міжнародних організацій, таких як ЮНЕСКО, Міжнародний комітет Червоного Хреста, Міжнародний союз архівів, бібліотек та музеїв (IFLA), у впровадженні та підтримці міжнародно-правових засад мистецької експертизи є важливим. Ці організації можуть координувати спільні зусилля країн для ефективної охорони культурної спадщини та сприяти вирішенню питань щодо реституції.

6. Етичні стандарти: Формування і поширення етичних стандартів для забезпечення правильності та об'єктивності мистецької експертизи є важливим аспектом. Визначення етичних принципів допоможе у підвищенні довіри до результатів експертизи та запобіганні можливим конфліктам інтересів.

7. Освіта та підготовка фахівців: Розробка програм освіти для фахівців у галузі мистецької експертизи сприятиме підготовці висококваліфікованих кадрів, які зможуть ефективно застосовувати міжнародно-правові засади. Це включає в себе навчання з етики, міжнародного права та технічних аспектів експертизи.

8. Поширення інформації та свідомості: Збільшення свідомості громадськості та фахівців щодо проблеми незаконного обігу культурних цінностей може сприяти створенню тиску на держави та організації для впровадження та дотримання міжнародно-правових стандартів.

9. Створення міжнародних баз даних: Розробка та підтримка спільних баз даних, які містять інформацію про культурні цінності, деякі можуть бути пограбовані або незаконно обігнуті, сприятиме ефективному виявленню та відновленню втрачених об'єктів.

10. Участь громадськості та громадських організацій: Залучення громадськості та неприбуткових організацій у міжнародних зусиллях з реституції культурних цінностей підвищить рівень зацікавленості та тиск на держави для ефективного вирішення цього питання.

11. Адаптація до змін: Система міжнародно-правових засад повинна бути гнучкою та готовою до адаптації до змін у сучасному світі. З урахуванням технологічних новацій і змін в методах злочинності важливо постійно переглядати та удосконалювати стандарти.

12. Заохочення міжнародної співпраці: Створення механізмів заохочення для країн та організацій, що активно співпрацюють у вирішенні питань реституції, може збільшити важливість дотримання міжнародних норм і засад.

Формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей в умовах конфлікту – це довготривалий та складний процес, що вимагає зусиль спільноти країн, експертів, організацій та громадськості для створення ефективного механізму захисту та відновлення світової культурної спадщини.

З одного боку, величезна кількість культурних об'єктів в Україні, які були викрадені чи пошкоджені в ході війни, підкреслює важливість негайних та ефективних дій на міжнародному рівні. З іншого боку, незаконний обіг культурних цінностей стає все більшою загрозою у зв'язку з розвитком технологій та зростаючою глобалізацією.

Для вирішення цих проблем пропонується систематичне формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи, які б дозволили ефективно виявляти, ідентифікувати та відновлювати культурні цінності, втрачені через війну. У цьому контексті важливо враховувати кілька ключових аспектів.

По-перше, міжнародні конвенції та угоди повинні бути розроблені і прийняті з метою створення чіткої юридичної бази для реституції культурних цінностей. Це включає в себе визначення прав та обов'язків держав, музейних установ, а також прозорих механізмів співпраці.

По-друге, важливо розвивати і вдосконалювати міжнародні механізми експертизи. Створення стандартів для проведення мистецької експертизи сприятиме об'єктивності та достовірності результатів, що є важливим для визначення легітимності та походження об'єктів мистецтва.

По-третє, важливо розвивати механізми міжнародної співпраці та обміну інформацією. Спільні зусилля держав, музейних установ, правоохоронних органів та експертів дозволять оперативно реагувати на факти пограбувань та координувати дії для реституції.

Загалом, формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей стає важливим кроком у відновленні культурної спадщини, яка є не тільки національною гордістю, але й спільним надбанням всього світу. Такі засади є невід'ємною частиною узгоджених зусиль міжнародної спільноти у збереженні та відновленні цінностей, порушених внаслідок війни та конфлікту. Тільки спільними зусиллями можна забезпечити, що кожен шедевр залишиться свідком історії та джерелом натхнення для майбутніх поколінь.

#### Список використаних джерел

1. Культурна спадщина в умовах конфлікту. URL: <https://www.unesco.org/ua/kulturmadiplomatiya-unesco-na-shodi-ukrainy/>. (дата звернення 02.05.2024)
2. Міжнародне право та реституція культурних цінностей. URL: <https://www.un.org/ua/tsilirozuytku-tysiacholittia/tsil-16-mihratsiia-uchast>. (дата звернення 02.05.2024)
3. Роль громадськості у реституції культурних цінностей. URL: <https://www.hrw.org/uk/world-report/2021/country-chapters/ukraine> (дата звернення 02.05.2024)
4. Міжнародна співпраця для реституції. URL: <https://www.coe.int/en/web/portal/ukraine> (дата звернення 02.05.2024)

5. Технологічний вплив на реституцію. URL:  
<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20210520STO04204/cultural-heritage-what-eu-policies-to-protect-and-promote-it> (дата звернення 02.05.2024)

**Матіос Віталій Олександрович**  
аспірант НАКККіМ

*Науковий керівник: Литвин Сергій Харитонович,  
доктор історичних наук, професор, професор  
кафедри креативних культурних індустрій НАКККіМ*

## **Організаційні засади взаємодії правових інституцій щодо документування злочинів проти культурної спадщини України**

Культурна спадщина України є важливою частиною національної ідентичності та культурного розмаїття. Документування злочинів проти культурної спадщини допомагає зберегти історичні та культурні цінності для майбутніх поколінь. Розуміння організаційних засад взаємодії правових інституцій щодо документування злочинів проти культурної спадщини дозволяє розвивати ефективні стратегії та заходи для запобігання таких злочинів у майбутньому. Культурна спадщина є об'єктом міжнародного значення, тому співпраця між правовими інституціями різних країн у документуванні злочинів проти культурної спадщини має велике значення для їх ефективного протидії

З початком агресії Росії на території України у 2014 році, українські пам'ятки культурної спадщини стали постійною мішенню та зазнають руйнування через вандалізм загарбників. З 24 лютого 2022 року ворог почав обстріли мирних міст України та систематично знищує культурну спадщину нашого народу. Ситуація з охороною української культурної спадщини стала надзвичайно загостреною з моменту початку масштабної війни, спровокованої регулярними вторгненнями військ Російської Федерації в Україну. Війна завжди призводить до втрат – людських, матеріальних, культурних.

У різних регіонах нашої країни внаслідок конфлікту було завдано шкоду або повністю знищено багато архітектурних пам'яток, включаючи ті, де розташовані музеї, бібліотеки, університетські факультети та інші культурні та освітні заклади. Серед руйнівних наслідків особливо постраждали пам'ятки сакральної архітектури. За таких умов особливої ваги набуває документування злочинів проти культурної спадщини.

Організаційні засади взаємодії правових інституцій щодо документування злочинів проти культурної спадщини України ґрунтуються на наступних принципах та механізмах:

- законодавча база: Україна має відповідне законодавство, яке регулює питання документування злочинів проти культурної спадщини. Це включає Кримінальний кодекс, Кримінальний процесуальний кодекс, закони про культурну спадщину та антикорупційні закони;

- співпраця з міжнародними правоохоронними органами: правоохоронні органи, такі як поліція, прокуратура та інші служби, співпрацюють у виявленні, розслідуванні та документуванні злочинів проти культурної спадщини. Вони обмінюються інформацією і координують свої дії для ефективного врегулювання цих справ;

- міжнародне співробітництво: Україна співпрацює з міжнародними організаціями, такими як Інтерпол та ЮНЕСКО, а також з іншими країнами для обміну інформацією та спільних дій у справах, пов'язаних зі злочинами проти культурної спадщини;

- роль громадськості: громадські організації, активісти та експерти відіграють важливу роль у виявленні та документуванні злочинів проти культурної спадщини. Вони можуть надавати важливу інформацію правоохоронним органам та брати участь у спільних заходах з протидії цим злочинам;

- професійна експертиза: спеціалізовані експерти з культурної спадщини можуть забезпечувати необхідну експертизу та аналіз для документування злочинів, а також для виявлення, оцінки та відновлення пошкоджених об'єктів культурної спадщини.

Взаємодія правових інституцій у цій сфері є важливим кроком у забезпеченні захисту та збереження культурної спадщини України та світу, особливо в період військової агресії.

Одним із основних завдань культурних установ у період війни стало забезпечення захисту та збереження унікальної спадщини країни. На сьогоднішній день важливо актуалізувати питання обліку та реєстрації пошкоджень та руйнувань культурних об'єктів, що виникли в результаті дій російських окупаційних військ на території України.

Злочини Російської Федерації проти України належним чином реєструються. Зокрема, Комітет з прав людини активно працює над платформами для реєстрації та розслідування злочинів Російської Федерації проти мирного населення України. На даний момент, для реєстрації та розслідування злочинів Росії проти цивільного населення України діють 19 платформ. Серед них є ресурс для документування воєнних злочинів проти людства та пошкоджень культурної спадщини, скоєних російською армією [1].

Україна користується підтримкою музейних та пам'яткоохоронних організацій з усього світу. Всі провідні міжнародні асоціації, такі як ЮНЕСКО, Міжнародний комітет Блакитного щита, Міжнародна рада музеїв (ІКОМ), Міжнародна рада пам'яток та видатних місць (ІКОМОС), Міжнародна рада архівів, Міжнародна рада бібліотек, а також різноманітні благодійні фонди і окремі культу-

рні установи, висловили свою готовність надати допомогу. Ця підтримка має різні форми – від вираження підтримки через заяви та музейні флешмоби до надання фінансової або організаційної допомоги, можливостей стажування або стипендій для фахівців тощо [2].

Наразі продовжується збір доказів злочинів, вчинених Російською Федерацією проти культурної спадщини України. У ході війни з російським окупантом ми стали свідками порушення не лише міжнародних норм та конвенцій ЮНЕСКО щодо збереження культурної спадщини та мистецьких колекцій, а й усіляких правил та норм воєнного міжнародного права, що є злочинами проти міжнародного гуманітарного права.

Міністерство культури та інформаційної політики продовжує фіксувати пошкодження об'єктів культурної інфраструктури в Україні внаслідок повномасштабної російської агресії. Так, станом на 25 квітня 2024 року збитків зазнали 1987 закладів культури (включно з закладами культури, підпорядкованими МКІП та іншим ЦОВВ) без урахування пам'яток культурної спадщини. З них 324 – знищені (16,3%). Втрати закладів культури державної форми власності склали 30 об'єктів (12% від загальної кількості закладів базової мережі загальнодержавного рівня), комунальної форми власності – 1957 об'єктів (6% від загальної кількості закладів базової мережі місцевого рівня). Найчисельнішою групою закладів культури, які зазнали пошкоджень чи руйнувань, є клубні заклади (48,2% від загальної кількості закладів культурної інфраструктури, що зазнали збитків) [2].

На сьогодні ще неможливо повною мірою оцінити руйнування та пошкодження об'єктів культурної спадщини безпосередньо у зонах бойових дій та на тимчасово окупованих територіях. Станом на кінець квітня 2024 року майже вся територія Луганської та значні частини територій Запорізької, Донецької та Херсонської областей досі перебувають у тимчасовій окупації, що унеможливорює обрахунок точної кількості закладів культури, що постраждали в ході бойових дій та окупації.

Висновки: Взаємодія правових інституцій потребує вдосконалення системи документування злочинів проти культурної спадщини з точки зору організаційних аспектів. На основі аналізу було виявлено, що існує велика кількість платформ та організацій, які здійснюють фіксацію та розслідування таких злочинів. Проте, дослідження також показало, що необхідно вдосконалити співпрацю між цими інституціями, забезпечити швидке та ефективне реагування на порушення, а також розробити комплексні стратегії для забезпечення ефективного захисту культурної спадщини в умовах конфлікту. Необхідно продовжувати спільні зусилля між правовими інституціями, міжнародними організаціями та громадськістю для забезпечення захисту та збереження культурної спадщини України.

### Список використаних джерел

1. Комітет з прав людини інформує про платформи фіксації та розслідування злочинів російської федерації проти цивільного населення України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. Київ, 2022. URL: <https://www.rada.gov.ua/print/222106.html> (дата звернення: 02.05.2024).
2. Міністерство культури та інформаційної політики [Електронний ресурс : веб-сайт. Київ, 2022]. URL: <https://mkp.gov.ua> (дата звернення: 03.05.2024).
3. Про приєднання України до Другого протоколу до Гаазької конвенції про захист культурних цінностей у разі збройного конфлікту 1954 року : Закон України від 30.04.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/585-20#Text> (дата звернення: 03.05.2024).

**Плоха Ольга Василівна**

*аспірантка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Несе́н Ірина Іванівна,*

*кандидат історичних наук,*

*доцент кафедри мистецької експертизи НАКККіМ*

### Опішнянська кераміка – джерело сил і натхнення

Сучасна історія України – це історія випробувань, переживань та боротьби. В умовах збройної агресії. Коли країна переживає складні випробування, збереження та відновлення культурної спадщини стало великим викликом для всього народу. Саме в такі часи мистецтво та культура набувають особливого значення, а опішнянська кераміка в цьому процесі займає важливе місце.

Війна, яка вразила наше суспільство, принесла багато випробувань і перешкод, але навчила нас цінувати кожен шматочок нашої культурної спадщини та боротися за її збереження.

Опішнянська кераміка, є важливим елементом української культурної спадщини, стала своєрідним символом національної самосвідомості та гордості. Протягом віків, гончарі Опішні створювали неповторні вироби, вкладаючи в них енергію та дух української землі. Умови збройної агресії та війни 2022 року поставили під загрозу існування цієї цінної культурної спадщини. Але важливо відзначити, що саме в ці важкі часи сила та витримка українського народу знайшли своє віддзеркалення в зусиллях зберегти та відновити опішнянську кераміку.

Гончарі та митці Опішні продовжують свою роботу навіть під час війни, залишаючись вірними своїм традиціям та майстерності. Їхні вироби стають символом сили та відродження нації. Завдяки їхнім зусиллям опішнянська кераміка залишається живою, навіть у найтяжчі періоди.

Історія опішнянської кераміки налічує в собі вікові традиції та багату спадщину, яка прославилася цей осередок як центр українського гончарства. Виробництво гончарних виробів у Опішні сягає давніх

часів і має свої корені в глиняній майстерності, яка передавалася з покоління в покоління.

Опішнянська кераміка славиться своєю неповторною технікою виготовлення та опішнянським орнаментом. Традиційною особливістю є використання характерних засобів декорування, які надають виробам неповторності та унікальну етнічну спадщину.

У XIX столітті в Опішні почався активний розвиток гончарного ремесла, а у XX столітті стала справжнім центром української гончарної майстерності. На початку минулого століття з'явилися перші гончарні майстерні, а в 1920-1930-х роках Опішня стала відомою у всьому світі завдяки своїм унікальним виробам.

Збереження та відновлення культурної спадщини в умовах війни та післявоєнного хаосу вимагає великих зусиль та відданості. Майстри опішнянської кераміки не лише продовжують свою роботу, але й відтворюють та зберігають традиційні методи та техніки виготовлення. Їхні вироби, з одного боку, є своєрідним протестом проти військової агресії, а з іншого – символом сподівання та відродження.

Кожен глиняний виріб, створений опішнянськими майстрами, є символом нашої здатності подолати будь-які випробування та відновити красу у світі, порушеному війною та конфліктами.

Опішня – це динаміка та пластика, неочікуваність, думки і філософія. Опішня – це своєрідний національний голос, який можна чути, впізнати навіть не дивлячись хто говорить, яким можна жити, захоплюватись. Бо столиці гончарства є чим пишатися, у неї є свої відмінні риси.

Минуле Опішні пройняте традиціями гончарства, що перейшли через віки та випробування часу. Сьогодні ж – це Опішнянська артіль, яка відкрилася 06 жовтня 2023 року. Вона покликана зберегти ці цінності, а також відновити їх, дозволяючи кожному з нас зануритися у чарівний світ гончарної майстерності. Опішнянська Артіль – шлях до збереження народних традицій, допомога майстрам та відродження виробництва кераміки. Коли логістичні зв'язки порушені і закриті всі порти, треба повертатись до своєї історії і згадати, що ми можемо і вміємо самі все виробляти, в тому числі і посуд та предмети побуту.

Основним напрямком діяльності «Опішнянської артілі» є виготовлення різних форм посуду, глиняної декоративної іграшки. І всього того, що може користуватися попитом. Також познайомити охочих через майстер-класи щодо технологічного процесу на гончарному крузі, з декоративного розпису, виготовлення та оздоблення кахельних плиток, глиняної іграшки.

Опішнянська артіль – це не лише робота рук, але й духовний заповіт минулих поколінь, який ми пильно зберігаємо та примножуємо. Наше завдання – передати цей дорогоцінний спадок майбутнім поколінням, даруючи їм можливість відчувати та зрозуміти красу, що прихо-

вана в кожній глиняній формі. Тут, серед глиняних майстерень та вогняних печей, народжуються шедеври, які несуть у собі дух історії та культурного багатства Опішні.

Після закінчення війни, опішнянські митці продовжать робити все можливе для відновлення та розквіту культурної спадщини. Їхні зусилля допомагають не лише зберегти унікальний стиль та майстерність опішнянської кераміки, але й продемонструвати світові силу та дух українського народу.

Отже, сьогоднішній день – це не лише час для вивчення минулого, але й можливість для нас побачити та відчути живу, дихаючу культурну спадщину

Наші воїни захищають не лише територію, а й нашу культуру та традиції. Наша ідентичність точно буде відстоєна, а ми зробимо все, щоб її зберегти, бо ми найсильніша нація світу – українці.а

Наші воїни захищають не лише територію, а й нашу культуру та традиції. Наша ідентичність точно буде відстоєна, а ми зробимо все, щоб її зберегти, бо ми найсильніша нація світу – українці!

#### **Список використаних джерел**

1. Дмитрієва Є. М. Мистецтво Опішні. Київ: / за ред. Н.Д. Манучарової. Київ, Видавництво Академії архітектури УРСР. Українське народне декоративне мистецтво; вип. 3. 1952. 10 с.
2. Пошивайло Олесь. Українська академічна керамологія XXI сторіччя. Теорія, історія, сучасний ужиток, майбутній поступ. Книга 1 (2001-2005). Опішне: Українське Народознавство, 2007. Кн. 1. 776 с.
3. Пошивайло О.М. Опішнянська мальована миска другої половини XIX – початку XX століття ( у збірці Російського етнографічного музею в Санкт – Петербурзі ). Опішне, 2010. 632 с.
4. Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному : веб-сайт. URL: <https://opishne-museum.gov.ua/> (дата звернення 10.04.2024).
5. «Kolo.news (Новини Полтави)». URL: <https://kolo.news/category/dozvillia/36305> (дата звернення 15.04.2024).

***Поліщук Віктор Іванович***

*аспірант УДУ імені Михайла Драгоманова,*

*Vip@vip-invest.com.ua*

*<https://orcid.org/0009-0002-7087-0514>*

*Науковий керівник: **Свириденко Денис Борисович,***

*доктор філософських наук, професор,*

*завідувач кафедри ЮНЕСКО з наукової освіти*

*Українського державного університету ім. Михайла Драгоманова*

### **Сталий розвиток крізь призму культурних і креативних індустрій**

На наших очах відбуваються процеси глобалізації та суспільних перетворень, які не тільки створюють унікальні можливості для діалогу між спільнотами, але також ставлять перед нами виклики, зокрема,



загрози зникнення та руйнування нематеріальної культурної спадщини. Саме тому наша увага сьогодні зосереджена на важливості нематеріальної культурної спадщини як головного джерела культурного різноманіття та гарантії сталого розвитку, як це визначено в Конвенції ЮНЕСКО [2].

Згідно з Конвенцією, нематеріальна культурна спадщина включає практики, представлення, вирази, знання та навички, які спільноти визнають як частину своєї культурної спадщини. Цей тип спадщини передається з покоління в покоління, постійно реактивується спільнотами та групами у відповідь на їхнє середовище, взаємодію з природою та їхню історію, забезпечуючи таким чином відчуття ідентичності та безперервності.

Конвенція ЮНЕСКО підкреслює важливу роль нематеріальної культурної спадщини у сприянні сталому розвитку. Збереження цієї спадщини не тільки сприяє культурному різноманіттю і творчості, але й відіграє критичну роль у збалансуванні взаємодії між людським розвитком та природним середовищем. Сталість цієї спадщини забезпечується через неперервне відтворення знань, що є неоціненним ресурсом для інновацій та адаптації до змінних умов життя.

Важливим моментом у світовій політиці сталого розвитку став 2015 рік, коли в Нью-Йорку на Саміті ООН зі сталого розвитку було прийнято резолюцію Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в сфері сталого розвитку на період до 2030 року» [1].

Україна, приєднавшись до глобального порядку денного, активно працює над виконанням цих цілей. З 2021 року в державі запроваджено систему постійного моніторингу індикаторів, що дозволяє відслідковувати прогрес та визначати ключові напрями для подальших дій. Це підкреслює зобов'язання України не лише відповідати глобальним стандартам, але й активно впроваджувати стратегії, які сприятимуть сталому розвитку в усіх сферах суспільного життя.

Однією з ключових засад сталого розвитку є визнання та посилення ролі культурного різноманіття та нематеріальної культурної спадщини (НКС) в соціально-економічному розвитку України. НКС не лише збагачує культурний ландшафт нашої країни, але й сприяє сталому розвитку, створюючи основу для культурного та економічного відродження. Важливість цього процесу підкреслюється актуалізацією НКС у сучасній культурі, де старі традиції вдихаються нове життя без будь-яких змін, забезпечуючи їх збереження і передачу наступним поколінням.

Значна роль у процесі актуалізації НКС відводиться етнографічним краєзнавчим об'єднанням, базовим закладам культури, школам традиційної народної культури, музеям, ярмаркам. Ці інституції допомагають не тільки зберегти цінні знання та вміння, але й стимулюють

генерацію на їх основі нової культури. Інтерактивні та нестандартні форми роботи, які вони використовують, сприяють глибшому залученню громадськості та відкриттю нових аспектів НКС [3].

Особлива увага на сьогодні приділяється ролі друкованих та електронних засобів масової інформації у популяризації НКС. ЗМІ служать важливим каналом для поширення інформації про значення нематеріальної спадщини, збільшуючи обізнаність громадськості та стимулюючи залучення ширших верств населення до культурної діяльності. За допомогою інтелектуалів та представників творчої еліти, які виступають на сторінках медіа та в ефірах телебачення, здійснюється активна робота зі збереження та адаптації національної спадщини в сучасних реаліях.

Ці підходи відіграють критичну роль у стимулюванні культурної взаємодії та взаєморозуміння між різними спільнотами, створюючи фундамент для сталого культурного та соціально-економічного розвитку України. Важливо підкреслити, що збереження та розвитку культурної різноманітності є не тільки збереженням минулого, але й інвестицією у майбутнє нашої країни.

Україна прийняла на себе зобов'язання виконувати цілі сталого розвитку, що включають зусилля не тільки в екологічних, але й у соціальних аспектах. НКС відіграє ключову роль у формуванні соціальної стабільності та культурного різноманіття, які є невід'ємною частиною сталого розвитку. Важливо визнати, що активне залучення спільноти у збереженні та розвитку НКС може позитивно вплинути на соціальну згуртованість та культурну ідентичність.

Незважаючи на прийняття загальних цілей сталого розвитку, в Україні залишається ряд викликів у виконанні завдань, пов'язаних із НКС. Передусім це стосується необхідності розширення обсягів та методів збору даних про стан НКС, що включає в себе як кількісні, так і якісні показники. Збереження культурної спадщини вимагає активної участі як місцевих громад, так і держави, що забезпечує підтримку національної ідентичності та культурного різноманіття [4].

Для покращення ситуації в Україні важливо зосередитись на розробці ефективних стратегій залучення громад до активної участі у збереженні НКС. Це може включати розвиток освітніх програм, підтримку місцевих ініціатив, та розширення фінансування культурних проєктів. Також потрібно створити механізми для моніторингу та оцінки ефективності виконаних дій, що допоможе відслідковувати прогрес у досягненні цілей сталого розвитку відносно НКС.

На сучасному етапі, в умовах триваючого воєнного конфлікту, питання сталого розвитку України набуває особливого значення. Війна вплинула на всі аспекти життя суспільства, від економічних до соціальних, і значно ускладнила досягнення цілей сталого розвитку, які були визначені до її початку. Критичні руйнування інфраструктури,

значні людські втрати, і велика кількість внутрішньо переміщених осіб потребують негайного відновлення та реформування у всіх сферах життя.

Відновлення країни та подолання наслідків війни є тепер частиною програми сталого розвитку, що вимагає згуртованих зусиль національних та міжнародних організацій. Підтримка міжнародної спільноти, а також впровадження ефективних національних стратегій є вирішальними для забезпечення сталого розвитку в післявоєнний період, з огляду на необхідність відновлення соціальної та економічної інфраструктури, що забезпечить основу для майбутніх зусиль щодо розвитку країни та інтеграції з європейськими структурами [5].

Нематеріальна культурна спадщина відіграє фундаментальну роль у забезпеченні сталого розвитку в Україні. Збереження культурного різноманіття та традицій не лише зберігає національну ідентичність, а й стимулює креативність, інновації та економічний розвиток.

Досягнення Цілей сталого розвитку ООН потребує комплексного підходу, в якому нематеріальна спадщина розглядається як невід'ємна складова соціальної, економічної та екологічної стійкості. Активне залучення громад, розвиток освітніх програм, підтримка місцевих ініціатив та фінансування культурних проєктів є критично важливими.

Для ефективного моніторингу прогресу необхідно розширити методи збору даних про стан нематеріальної спадщини, включаючи як кількісні, так і якісні показники. Створення дієвих механізмів оцінки допоможе відстежувати досягнення цілей.

В умовах триваючого військового конфлікту пріоритетом стає збереження культурної ідентичності та відновлення інфраструктури. Підтримка міжнародної спільноти та впровадження національних стратегій забезпечать сталий розвиток в післявоєнний період.

Інвестиції в нематеріальну культурну спадщину є інвестиціями в майбутнє України. Лише усвідомлюючи цінність свого культурного різноманіття, ми зможемо досягти справжньої стійкості та процвітання.

#### Список використаних джерел

1. Цілі сталого розвитку. URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk> (дата звернення 03.05.2024)
2. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_d69](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69) (дата звернення 03.05.2024)
3. Кудерська Н. І. Охорона нематеріальної культурної спадщини в Україні. Наше право. 2016. № 1. С. 27-35.
4. Редько К., Мірошніченко В. Дослідження сталого розвитку в Україні: оцінка стану виконання цілей. Підприємництво та інновації. 2022. № 22. С. 5–13. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/22.1>. (дата звернення 03.05.2024)
5. Капінос Г., Ларіонова К. Проблеми управління сталим розвитком України в умовах війни. Modeling the development of the economic systems. 2023. №1. С. 93-103. doi:10.31891/mdes/2023-7-13

*Соколовський Михайло Андрійович*

*аспірант НАКККіМ*

*Науковий керівник: Святненко Анна Василівна,*

*кандидат історичних наук, доцент, доцент*

*кафедра артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

## **Українська спільнота в Польщі як приклад збереження національної ідентичності**

Повномасштабна військова агресія росії проти України призвела до значних зрушень і структурних змін представлення українського етносу за кордоном. Культурологи завжди занепокоєно зауважують, що існує загроза асиміляції і втрати національної ідентичності в процесі еміграції. Однак справедливо буде відзначити, що війна проти України і українського народу, все ж таки дала зворотній від очікуваного ворогом ефект – українці, які й до того проживали в багатьох країнах світу, й зокрема в країнах Європи, уособили в собі не тільки українство як етнічну складову, але й як національно-громадський ідентифікатор України за кордоном.

Згідно з даними, які надає Міністерство Закордонних Справ України, станом на 21 червня 2023 року за кордоном перебувають 8 мільйонів 177 тисяч українців, що становить майже 20% від кількості населення, яке фіксувалося до 24 лютого 2022 року. В Європі від війни рятується 5 млн 977 тисяч українських переселенців. Одним з лідерів із прийому біженців з України стала Польща (на другому місці після Германії), яка прийняла близько 957 тисяч вимушених переселенців із України [1].

Наразі Україна та Польща стикаються з низкою викликів, включаючи економічні розбіжності. Ці фактори можуть створювати певні перешкоди на шляху розвитку плідної співпраці між двома країнами. В результаті українсько-польських урядових консультацій, що відбулися в Польщі прем'єр-міністр Польщі Дональд Туск своїм розпорядженням створив Раду співробітництва з Україною [2]. Новий громадський орган займеться двосторонніми відносинами та питаннями відновлення, в тому числі питаннями науки і культури.

Представники культурно-мистецької спільноти зазначили, що саме українсько-польська співпраця в культурній царині дозволить кожній нації не просто зберегти і представити власну національну ідентичність, краще зрозуміти і познайомитися з культурними традиціями сусіда, а й завдяки такій співпраці вирішувати проблеми, що виникають в соціальній, економічній, громадській сферах двох народів.

Так, в березні 2024 року Україна та Польща домовились продовжити дію «Меморандуму про співпрацю у сфері інвентаризації втрат архітектурних та археологічних об'єктів» на поточний рік [3]. Також країни погодили продовження діяльності Польського центру підтрим-

ки культури в Україні і збільшення бюджету на 2 млн злотих. Зазначена організація координує ініціативи з порятунку української спадщини та надає гуманітарну допомогу музеям, заповідникам, бібліотекам, архівам та релігійним об'єктам. Зокрема буде надано допомогу в оцифруванні культурної спадщини та культурних цінностей, розвитку реєстру музейних предметів, інвентаризації українських культурних втрач та участі України у книжкових та музейних проєктах.

В лютому у Люблінській політехніці відкрили виставку, присвячену пам'яті загиблих українських студентів. Організатором виставки став український студент в Польщі Дмитро Костюченко. «Невидані дипломи» — так називається проєкт, створений у пам'ять про українських студентів, чий мрії та життя забрало повномасштабне вторгнення росії. Виставка розкриває 40 історій українських студентів, які не закінчили навчання через те, що їхнє життя обірвала російська агресія. Ректор Люблінської політехніки, професор Збігнев Патер зазначив, що подібні культурологічно-соціальні проєкти допомагають об'єднувати студентство двох країн і додає: «Ці історії – сумний доказ того, скільки молодих життів жорстоко обірвала війна. Трагічні долі героїв виставки до болю нагадують нам нещадну реальність війни, яка залишає по собі порожнечу та нездійснені мрії».

Київський симфонічний оркестр презентував у Національній філармонії Варшави добірку репрезентативних творів із різних епох історії української музики. Так, в концерті прозвучали твори «Freaquense» киянки Аліси Заїки, яка наразі навчається в Лондоні, «Симфонічна поема» Євгена Станковича та «Симфонія № 5» українського композитора XIX століття Михайла Вербицького.

До річниці повномасштабного вторгнення росії в Україну у греко-католицькій церкві св. Йосафата в Любліні відбувся музичний проєкт «Кобзарська Армада». Автор проєкту – бандурист і композитор Юрко Фединський, громадянин США українського походження. Ідея проєкту постала після 24 лютого 2022 року і базується на місії «кобзарювати по Україні». За час повномасштабної війни Юрко Фединський разом зі своїми учнями, учасниками проєкту Олесею Чайкою, Тетяною Герасимовою та Олегом Бутом, дали більше 300 концертів і здійснили п'ять гастрольних турів по всій Україні, відвідали східний фронт в рамках культурної підтримки українських вояків. Також «Козацька Армада» дала гастрольний тур в 45 містах Європи. Концертна програма представляє традиційні кобзарські пісні та сучасний репертуар, так звані «пісні захисту».

До другої річниці повномасштабної війни в Україні велику програму заходів підготував Український Дім у Варшаві. Так, було презентовано показ кінострічки «Заборонений» про життя та загадкову смерть одного з найпотужніших поетів 60-х років XX ст., правозахисника, героя України Василя Стуса. В рамках показу відбулася авторсь-

ка зустріч з режисером фільму Романом Бровком. Фільм викликав цікавість як українців, які знайшли прихисток в Польщі на час війни, так і у польських кіномитців, студентів і пересічних громадян.

Відбулася зустріч з українським військовим та автором книги «Історія впертого чоловіка» Олександром «Тереном» Будьком. Олександр на позивний «Терен» – командир взводу 49-го окремого стрілецького батальйону «Карпатської Січі», який втратив обидві ноги під час харківського контрнаступу. Його книга «Історія впертого чоловіка» – це автобіографічна розповідь чоловіка, який після початку повномасштабного вторгнення вступив до лав ЗСУ.

Крім того відбулися авторські презентації книг. Український історик, есеїст і перекладач Андрій Портнов представив власну книгу «Польща та Україна: переплетена історія, асиметрична пам'ять». Український письменник Андрій Мероник познайомив відвідувачів з новою книгою «24.02. Щоденники війни». Американський поет, критик та професор українсько-єврейського походження Ілля Камінський запросив на перформативне читання авторського поетичного твору «Республіка глухих» / Deaf Republic. Польський політолог, доктор наук, професор, викладач Факультету політичних наук та міжнародних студій Варшавського університету Анджей Шептицький провів авторську презентацію і обговорення своєї нової книги «Сучасні польсько-українські відносини» тощо.

На початку лютого у Варшаві відбувся благодійний концерт «Розколяда» (ROZKOLYADA), організований Euromaidan Warszawa та фондом Stand With Ukraine з метою збору коштів на підтримку армії України. Кульмінацією свята став благодійний аукціон з головним лотом — українським прапором з автографом генерала Валерія Залужного. Однією з цілей концерту було знайомство поляків з Розколядою – традиційним українським дійством, що символізує прощання з різдвяними та новорічними святами. У концерті взяли участь українські музиканти і виконавці. Наймолодша учасниця – 16-річна Анна Зборовська з Миколаївщини. В Польщі дівчина опинилася саме через війну. Незважаючи на молодий вік, Анна бере активну участь у благодійних заходах і сама пише пісні.

Організатори культурно-мистецьких проєктів пропонують використовувати подібні заходи і загалом діяльність митців обох країн як одну з можливостей вирішення громадянських та соціальних конфліктів, збільшення взаєморозуміння та довіри між народами обох країн, і в цілому поглиблення культурних зв'язків між Україною та Польщею.

#### **Список використаних джерел**

1. Тимчасовий захист для осіб, що рятуються від війни в Україні. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Temporary\\_protection\\_for\\_persons\\_fleeing\\_Ukraine\\_-\\_monthly\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Temporary_protection_for_persons_fleeing_Ukraine_-_monthly_statistics) (дата звернення 30.04.2024)
2. Польща створила Раду з питань співробітництва з Україною. URL:

<https://www.pap.pl/aktualnosci/pawel-kowal-powstanie-rada-ds-wspolpracy-z-ukraina> (дата звернення 30.04.2024)

3. Україна та Польща продовжать співпрацю в галузі культури в 2024 році. URL: <https://mcip.gov.ua/news/ukrayina-ta-polshha-prodovzhat-spivpracyu-v-galuzi-kultury-v-2024-roczii/> (дата звернення 30.04.2024)

**Торконяк Наталія Ігорівна**

*аспірантка Н НАКККіМ*

<https://orcid.org/0009-0006-3477-4209>

*І Науковий керівник: Серова Олена Юрївна,*

*кандидат мистецтвознавства,*

*завідувачка кафедри музичного продакшну НАКККіМ*

## **Лемківський фольклор як символ національної трагедії: інтерпретаційний вимір**

Збереження та відновлення національної культурної спадщини в умовах російсько-української війни – надзвичайно важлива проблема, вирішення якої великою мірою здійснюється шляхом популяризації артефактів української культури у світі. Одним із символів української культури, який сьогодні розглядаємо крізь призму трагедійності національної долі, є лемківський фольклор, що характеризується специфічною семантикою і знаковістю.

Оскільки лемки – одна з етнічних груп українців, на яких розповсюдилася примусова депортація 1944–1947 років, що відбулася внаслідок геополітичного переділу Європи більшовицькою владою СРСР [4] та подальшої «зачистки» території від діяльності Української Повстанської Армії, здійсненої урядом прокомуністичної Польської об'єднаної робітничої партії [2], то збережена, всупереч історичним обставинам, культура набула сутності «знаку», що свідчить про національну незламність. У наступні, повоєнні десятиліття лемківська пісня зберігала своє життя, а водночас – і життя етносу, пам'ять про малу батьківщину і її традиції, у вкрай несприятливих, практично «нелегальних» умовах більшовицької окупації України. Одним із яскравих прикладів демонстрації лемківського фольклору в естрадній інтерпретації, що відбулася у добу «хрущовської відлиги», став музичний фільм режисера Романа Олексія «Сійся, родися», знятий на Львівському телебаченні у 1969-му році, з головними героїнями – відомими лемкинями, сестрами та матір'ю Байко, які виконали, зокрема, популярну пісню «Розмарія» («Дам я яловицю...») та ін., а також платівки, записані у 1970–1980-х роках, де, поряд із «необхідним» репертуаром, звучали лемківські пісні без зазначення етнічної належності («На плаю...», «Гей до нас, хлопці...», «В калиновім лісі...», «Ой верше мій, верше...» та ін.).

Звернемося до останньої із названих пісень – «Ой верше мій, верше...», записаної у 1920-х роках фольклористом К. Квіткою від інформантки з с. Перегримка Ясельського повіту, що увійшла до збірки «Українські народні мелодії» [3]. Натомість одним із перших джерел, в якому подано різні варіанти поетичного тексту твору, є монографія І. Верхатського «Про говір галицьких лемків» [1], видана 1902 року Науковим товариством імені Т. Шевченка у Львові. Твір став одним із найбільш відомих лемківських «знаків» у сучасній музичній культурі, серед його інтерпретаційних версій – виконання Мирослава Старицького, Лесі Мацьків, Ніни та Антоніни Матвієнко, Квітки Цісик, Оксани Мухи, Христини Соловій, сестер Тельнюк та великого ряду інших солістів і хоровий та ансамблевих колективів, була уведена до театральних вистав, звучала на міжнародних і всеукраїнських конкурсах та інших виконавських проєктах.

У даному контексті розглянемо знаковість пісні «Ой верше мій, верше...» крізь призму декількох інтерпретаційних версій, визначивши та порівнявши їх головні семантичні акценти. Лірико-споглядальна, у цілому просвітлена семантика характерна для більшості естрадних інтерпретацій другої половини ХХ – початку ХХІ століття. Серед яких особливо вирізняється проникливо-лірична, із фрагментами мелізматичних вокальних інтерпретацій та темброво-розмаїтого симфонізованого супроводу виконавська модель Квітки Цісик, яка стала символом «живучості» України та її значення у світовому вимірі завдяки діяльності діаспори. Вказана тонко-лірична семантика, на нашу думку, була найбільш близько відтворена Люциною Хворост у виступі на Міжнародному конкурсі українського романсу імені Квітки Цісик у 2011 році.

Найбільш контрастним до описаної є інтерпретаційна модель, представлена Джамалою 2009-го року в Юрмалі на міжнародному співочому конкурсі та згодом у низці інших проєктів, в якій пісня «Ой верше мій, верше...» стала символом туги депортованих етносів за «місцем пам'яті», що показово втілено у головному символі поетичного тексту – верші – посадженому лісі, який буде вирубаний з корінням. Співачка привнесла у художній світ твору особливий драматизм, що передає відчуття національної трагедії українців і кримських татар у постійному спротиві російсько-імперській «тюрмі народів». У цілому, для вказаної виконавської версії характерні такі риси, як широка емоційно-почуттєва палітра – від проникливого, тонкого ліризму, теплоти спогадів про прабатьківщину до високого смутку і трагедійності у кульмінаційних зонах, де звучать проникливі імпровізації, що поєднують відгомін прадавніх українських і кримсько-татарських голосінь і сучасну джазову виразовість. Показово, що в інтерпретаційний варіант, представлений 2021-го року з Молодіжним симфонічним оркестром України у проєкті ««Ковчег Україна»: десять століть української музики» з нагоди тридцятиріччя незалежності держави, Джамала по-



єднала українську – лемківську пісню «Ой верше мій, верше...» із кримсько-татарською піснею «Pencereden» («З вікна»), що символізувало спільність трагедійних доль народів.

Таким чином, лемківський фольклор став одним із символів, в яких зберігається національна пам'ять у складні роки історичних випробувань України.

#### Список використаних джерел

1. Верхатський І. Про говір галицьких лемків. Львів : Накладом Наукового товариства імені Шевченка, 1902. 490 с. URL : <https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:HalLEM.pdf> (дата звернення: 02.05.2024).
2. Гальчак Б. Лемківський підсумок XX століття й перспективи на XXI століття. Наше слово. № 51. 16.12.2012. URL : <https://nasze-slowo.pl/lemkivskiy-pidsumok-hh-stolittya-y-pe/> (дата звернення: 24.04.2024).
3. Квітка К. Українські народні мелодії в 2-х частинах : збірник. Ч. 2 : Коментарі / Упоряд. та ред. А. Іваницького. Київ : Поліграф Консалтинг, 2005. 383 с.
4. Угода між Урядом Української Радянської Соціалістичної Республіки і Польським Комітетом Національного визволення про евакуацію українського населення з території Польщі і польських громадян з території УРСР від 09.09.1944. URL : [https://web.archive.org/web/20180206191659/http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/616\\_065](https://web.archive.org/web/20180206191659/http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/616_065) (дата звернення: 24.04.2024).

*Кузьменко Даниїл Олегович*

*здобувач НАКККіМ*

*Науковий керівник: Хіміч Ярослава Олегівна,*

*кандидат історичних наук, доцент, доцент*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Використання соціокультурних практик в діяльності Національної історичної бібліотеки України**

Соціокультурна діяльність бібліотеки увібрала в себе багаторічні духовні бібліотечні традиції. Вимоги сучасного інформаційного простору вимагають від неї забезпечення обміну знаннями, виконання функцій центру соціокультурних комунікацій, а також оперативного реагування на виклики, що виникають на сучасному етапі в умовах гібридних загроз [2].

Національна історія є важливим чинником існування нації та держави. В сучасному світі історія перестала бути предметом лише наукових дискусій, вона перетворилася на справжню зброю. Для розбудови майбутнього, держава повинна запропонувати суспільству цілісний, консолідуючий концепт бачення минулого. Національна історична бібліотека України (НІБУ) – це єдина в державі спеціалізована бібліотека історичного профілю, в ній органічно поєдналися старовина і сучасність: тут зберігаються книжкові пам'ятки та застосовуються новітні інформаційні технології.

Документний фонд Національної історичної бібліотеки України є джерельною базою для вивчення історії, критичного її переосмислення та формування державної історичної політики, політики пам'яті.

Бібліотека забезпечує інформаційно-бібліотечне обслуговування користувачів, виконує функції всеукраїнського депозитарію історичної літератури, науково-дослідного й організаційно-методичного бібліотечного центру в галузі історико-краєзнавчої діяльності та наукової бібліографії з історії України; є єдиною в Україні спеціалізованою книгозбірнею, фонди якої цілеспрямовано комплектуються документами з питань вітчизняної та зарубіжної історії, допоміжних історичних дисциплін та історичного краєзнавства [5].

Бібліотека була створена у 1939 р., виконує роль організаційно-методичного центру в галузі історико-краєзнавчої діяльності. В сучасній структурі бібліотеки діють 12 підрозділів (відділів): комплектування та обліку документно-інформаційних ресурсів; наукового опрацювання фонду та організації каталогів; організації та зберігання фонду; науково-дослідний відділ стародруків, цінних та рідкісних видань; документів іноземними мовами; обслуговування користувачів; міжбібліотечного абонементу та електронної доставки документів; довідково-бібліографічної та науково-інформаційної роботи; телекомунікаційних технологій та електронних ресурсів; науково-методичний; науково-бібліографічний; соціокультурних комунікацій та сектор господарського забезпечення.

Фонд НІБУ станом на 01.01.2021 р. становив 718 037 пр., у т. ч. майже 40 тис. пр. документів 52 мовами світу. У фонді представлено різні види документів на традиційних і нетрадиційних носіях: книжкові видання, журнали, газети, аудіовізуальні документи, електронні документи, карти, друкована графіка, мікрофільми.

Збройна агресія Росії проти України та впровадження воєнного стану в Україні поставили Бібліотеку у ситуацію швидкого реагування і розвитку онлайн-сервісів, змінили спосіб життя та спосіб виконання відповідних завдань. Постійна загроза ракетних обстрілів та нестабільна ситуація в галузі енергетики ускладнили діяльність Бібліотеки, тому фахівці мобільно зорієнтувалися в сучасних інформаційних технологіях та запровадили нові форми, підходи в організації та проведенні соціокультурних заходів [3].

Загальна кількість соціокультурних заходів, проведених 2022 р. – 136:

- організовано 70 книжкових виставок;
- підготовлено та проведено 1 засідання Клубу Історичної книги;
- 2 засідання вітальні «Зустріч»;
- проведено 27 лекцій-екскурсій для гостей і користувачів Національної історичної бібліотеки України.

Упродовж зазначеного періоду започатковано цілий ряд актуальних проєктів, а саме:

— Красназвичий проєкт «Міста і села України. Втрати військового часу» – мета якого – оперативне відображення інформації про зруйновані або пошкоджені об'єкти культурної спадщини в різних регіонах України [4].

— Проєкт «Часопис «Основа», як джерело історико-краєзнавчих досліджень» спрямований на розкриття історико-краєзнавчого аспекту публікацій журналу «Основа» (виходив друком у 1861-1862 роках) і складається з циклу історико-краєзнавчих оглядів, публікацій в журналі. Завершенням цього проєкту має стати показчик змісту часопису «Основа», оскільки такого видання в країні ще немає.

— Етнокультурологічний проєкт «Нематеріальна культурна спадщина: від покоління до покоління», в рамках якого формується електронний ресурс «Нематеріальна культурна спадщина в історичних джерелах». Метою проєкту є максимальне накопичення і систематизація ресурсів з нематеріальної культурної спадщини, як основного джерела знань про традиції, звичаї, фольклор, практики, традиційні явлення про весвіт, народний одяг, національну кухню, тощо. Впродовж зазначеного періоду також було укладено 20 випусків вебліографічних матеріалів публікацій у ЗМІ «Щоденники війни. Свідчення очевидців подій війни Росії проти України», де містяться спогади, усні свідчення сучасників та очевидців подій війни, яка відбувається в нашій країні. Такі матеріали мають особливе значення для джерелознавства, на їх основі створюється база даних вебліографічних джерел [5].

Отже, попри всі складнощі воєнного стану, в умовах воєнної агресії та гібридних загроз українські бібліотеки здійснюють активну культурно-освітню діяльність, проводячі різноманітні заходи, підвищують рівень інформаційної, медійної та цифрової грамотності, допомагають біженцям, внутрішньо переміщеним особам, переселенцям та іншим громадянам тощо [1]. Бібліотеки також створюють та тримають зв'язок між минулим, сьогоденням й майбутнім.

#### Список використаних джерел

1. Бруй О. Тримаємо стрій. Бібліотеки для досягнення стратегічних цілей держави. Бібліотека. 2023. № 2. С. 1-2.
2. Кузьменко Д.О. Соціокультурні практики бібліотек: сутність, тенденції розвитку : Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі: зб. Матеріалів Шостої міжнар. конф., м. Київ, 18-20 травня 2023 р. К., 2023. С. 167-169.
3. Робота бібліотек в умовах воєнного стану: Методичні поради / Департамент культури і туризму Харків. обл. військ. адмін., Харків. обл. універс. наук. б-ка; ред.-уклад. Н.М. Грачова. Харків : ХОУНБ, 2022. 15 с. <https://library.kharkov.ua/libdruk/LibKh-0000000346.pdf> (дата звернення 02.05.2024)
4. Скорохватова, А. Краєзнавчий електронний мультисерв'їс «Історія міст і сіл України»: історичні передумови, концептуальні засади, стан реалізації // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. 2016. Вип. 44. С. 105-113.
5. Скорохватова, А. Національна історична бібліотека України в сучасному інформаційному просторі : до 80- річчя // Участь бібліотек у збереженні культурної спадщини та відновленні історичної пам'яті народу: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 7 листопа. 2019 р. 2019. С. 15-23

*Мельник Світлана*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Шевченко Наталія Олександрівна,*

*кандидат педагогічних наук, доцент, доцент*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

## **Локальна культурна спадщина як основа культурного піднесення та збільшення регіонального культурного виробництва у повоєнній Україні**

Збереження та популяризація об'єктів культурної спадщини територіальних громад в умовах воєнного стану є складним завданням не тільки на місцевому, а на державному рівні, викликом фахівцям світової пам'яткоохоронної галузі, зазначено в онлайн-звіті за результатами моніторингу воєнних злочинів, вчинених проти українських музеїв та нематеріальної культурної спадщини, порушень міжнародного гуманітарного права проти музеїв і пам'яток архітектури України під час повномасштабного вторгнення російської федерації. Відсутність ефективних міжнародних механізмів захисту культурних цінностей та недотримання норм міжнародного гуманітарного права, призводить до значних втрат музейних експонатів, розграбуванням музеїв російськими окупантами, що актуалізує необхідність розробки кейсів реституції культурних цінностей та компенсації за знищені культурні цінності внаслідок агресії РФ проти України [2]. Проблемою, зокрема, є й те, що Державний реєстр національного культурного надбання не є єдиним реєстром усієї культурної спадщини та культурних цінностей України, які перебувають під захистом міжнародних гуманітарних організацій та відомств.

В цьому контексті, діяльність місцевих етнографічних, краєзнавчих, історико-побутових музеїв, як показує досвід Гніванської об'єднаної територіальної громади на Вінниччині, може стати гарним прикладом збереження культурних і природних цінностей свого регіону та країни, відродження української культурної пам'яті. На території Гніванської громади слід відмітити об'єкти історичної та археологічної спадщини, що мають значний історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал: могила композитора П.І. Ніщинського (1896 рік) та Заїзд (заїзний двір) XIX століття в селі Ворошилівка; Черленківський замок (башта) XVIII ст. в с. Селище; Костел Святого Йосифа в місті Гнівань; поселення й курганний могильник скіфського періоду VIII-VII ст. до н.е. в селі Демидівка; музей-хата українського побуту «Грижинецька світлиця».

Силами місцевої громади та працівників Грижинецької бібліотеки, що вирішили зберегти історію свого села, у селі Грижинці був створений цікавий історично-побутовий музей. Задовго до створення музею завідувачка сільською бібліотекою розпочала збирати старо-

винні речі, що залишилися в односельчан (драгова пилка, жорна, бодня, ярмо для волів, ночви для купання та прання, маслобійка, ліжко, скриня, ткацький верстат (діючий) і демонструвати їх в приміщенні бібліотеки. Саме в цей час вирішувалося питання знести стару хатинку, що стояла на прилеглий до школи території, і перебувала в аварійному стані. Тож в місцевих жителів виникла думка створити в ній музей історії села. Своїми руками зробили реставрацію будинку, використовуючи матеріали та технології, аналогічні тим, якими користувалися наші предки, поповнили оригінальними експонатами музей, що відкрився напередодні Всесвітнього дня музею. Багато місця у музеї виділено вишиванкам. Тут представлені вишиті рушники для усіх випадків життя: до сватання, весілля, на родини, хрестини, на релігійні свята, до проводів у військо [1].

В умовах повномасштабного вторгнення, музей «Грижинецька світлиця» став важливою ланкою комунікації місцевих жителів і посів чільне місце у культурному житті кожного мешканця. Тут влаштовують благодійні ярмарки на допомогу ЗСУ, майстер-класи, квести, тематичні екскурсії, готують смачна українські страви для українських воїнів. Нового символізму набули Дні пам'яті та примирення і перемоги над нацизмом у Другій світовій війні (8-9 травня) -це виставка трофеї наших збройних сил, артефакти, фото-відео кадри російсько-української війни, що ілюструють героїзм військових ЗСУ та МВС України.

Серед заходів народного мистецтва, які тісно пов'язані з історією, національними традиціями Подільського краю та традиційно проводяться у громадах Вінниччини, слід назвати: свято «Українська витинанка», фестивалі-конкурси хорового мистецтва ім. П. Муравського та ім. М. Леонтовича, симпозіум майстрів народного малярства «Мальована хата» (райони області), акція «Мистецтво одного села», свято сатири і гумору імені Степана Руданського, огляд-конкурс автентичних колективів на приз Гната Танцюри, симпозіум скульпторів-каменотесів «Подільський оберіг», свято кобзарського мистецтва ім. В. Перепелюка «Струни вічності», свято народного мистецтва «Великодня писанка», свято українського борщу [3, 38].

Таким чином, можна відзначити, що такі форми роботи місцевих закладів культури, як створення музеїв села, популяризація локальної нематеріальної культурної спадщини, проведення мистецьких акцій, фестивалів-конкурсів, обмінних виставок між селами громади, огляди-конкурси хорових колективів громади, гастрономічні ярмарки, суттєво залежать від активної громадянської позиції, професіоналізму, компетентності, комунікативних і організаційних здібностей працівників соціокультурної сфери. Враховуючи місцеві особливості, кожна громада має можливості розвивати новітній культурний простір, збільшувати потенціал якісного сучасного регіонального культурного вироб-

ництва, розробляти й реалізовувати цікаві проекти з розбудови туристичних маршрутів, що будуть сприяти соціокультурному піднесенню об'єднаних територіальних громад.

#### **Список використаних джерел**

1. Мельник С.П., Мельник Г.В. Моє село немов віночок: науково-популярне видання. Бар: гуманітарний-педагогічний коледж ім. Грушевського. 2011. 110 с.
2. Музеї та нематеріальна культурна спадщина України під прицілом: відбулася презентація звіту» URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/muzeji-ta-nematerialna-kulturna-spadshchina-ukrayini-pid-pricilom-vidbulasya-prezentaciya-zvitu.html> (дата звернення 01.05.2024)
3. Цвігун Тетяна. Основні засади і напрямки розвитку народної культури села // Інфраструктура закладів культури: стан, тенденції розвитку в умовах децентралізації : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 24–25 жовт. 2019 р., м. Вінниця / Вінниц. обл. навч.-метод. центр галузі культури, мистецтв та туризму. Вінниця, 2019. С.36-43

**Степанова Віта**

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Шевченко Наталія Олександрівна,*

*кандидат педагогічних наук, доцент, доцент*

*кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

### **Виявлення і популяризація елементів культурної спадщини України як основа соціокультурних доміант розвитку місцевих громад**

У сучасних умовах, коли український народ стоїть на варті своєї незалежності у важливих боях, в області культури спостерігаються процеси, які, незважаючи на труднощі воєнного стану, є джерелом оптимізму і успіху у самоідентифікації українців та усвідомленні їхнього зв'язку з землею, яку потрібно захищати від вандалів 21-го століття. Ці процеси стосуються елементів нематеріальної культурної спадщини, які свідчать про вікові традиції у господарюванні, духовному та культурному розвитку народу [4]. Дослідження, виявлення, опис та публікація цих елементів стали важливим аспектом нашої культурної роботи, де ми здобуємо невеликі перемоги на шляху національного відродження. Кожен з цих елементів є частиною культурного портрету України, адже оберігаючи кращі традиції свого минулого, ми подаємо приклад наступним поколінням як зберігати наші сьогоденні набутки, які також стануть традиціями.

Україна славиться своєю багатою культурною спадщиною, яка включає у себе унікальні звичаї, обряди, традиції та фольклор. В 2022 році Якушинецька громада на Вінниччині активно розпочала дослідницьку роботу по виявленню, збереженню та популяризації нематеріальної культурної спадщини громади, створивши клубне формування з дослідження елементів НКС «ЕтноGRAFIЯ» Для збереження цінних

аспектів цієї спадщини і її популяризації серед широкої громадськості в Україні та за її межами виникають та активно розвиваються фестивалі української звичаєвої культури. Якушинецька громада має свої особливі події, що об'єднують жителів громади та області: фестиваль української святково-обрядової культури зимового циклу «Якушинецькі поколядини» та фестиваль української святково-обрядової культури весняного циклу «Якушинецькі весноспіви» [1]. Другий рік поспіль, через повномасштабне вторгнення РФ в Україну, фестивалі проводяться дистанційно в мережі інтернет.

Збір народних пісень є важливим етапом у збереженні та передачі нематеріальної культурної спадщини. Цей процес дозволяє зберегти унікальні мелодії, тексти та музичні традиції, які складають основу культурного доробку народу і передати їх майбутнім поколінням, допомагає зберегти унікальні традиції та творчість місцевих жителів, підвищити свідомість громадськості про цінність традиційної культури та сприяє її популяризації серед молодого покоління. Це особливо важливо в умовах, коли традиційна культура піддається впливу сучасних технологій та глобалізації. Процес створення пісенного архіву включає в себе: пошук та збір інформації (спілкування з місцевими мешканцями, запис текстів пісень, їх мелодій, а також збирання усної історії, пов'язаної з кожною піснею); документування (здійснюється аудіо та відеозйомка); розшифровка (музична нотація). Станом на 2024 рік зібрано більше 25 народних музичних творів. Зараз ведеться розшифрування цих матеріалів і підготовка до їх видання для використання вокальними колективами [3].

Ключовим елементом нематеріальної культурної спадщини, який важливо зберігати та підтримувати для передачі унікальності та багатства нації є українська мова та її діалекти. Мовні елементи не тільки відтворюють спосіб життя минулих поколінь, але й сприяють утриманню національної ідентичності та культурної самосвідомості. Збереження української мови та місцевих діалектів є важливим завданням сьогодення. З метою збереження унікальності та різноманітності мовного діалекту кожного населеного пункту Якушинецької громади з 2023 року проводиться дослідження та документування мовних діалектів. Станом на січень 2024 року зібрано 148 прикладів слів.

Гастрономічна спадщина – це важлива частина культурного досвіду людства. Українська культура має свої унікальні традиції та кулінарні особливості, які відображають її історію, культурні цінності та смакові уподобання. Культурно-кулінарна спадщина нині виходить на новий рівень, в тому числі і в контексті виявлення елементів нематеріальної культурної спадщини, що зараз на часі. Вона допомагає нам ідентифікувати себе як націю та заявити про Україну на весь світ. Вивчаючи культурний потенціал Якушинецької громади було виявлено та досліджено кулінарні родзинки громади, а саме: каша «Зозуля»,

бараболяні піріжки з горохом, каша «Пинцак», «Опиканці», гречана каша з горохляною підливою, «Півниковий» суп, Великодня «начинка» з чоловічим і жіночим коржом.

Елемент гастрономічної спадщини є дуже важливим для громади, оскільки формує почуття приналежності, об'єднує навколо себе родини в процесі приготування та споживання. Під час смакування каші за спільним столом відбувається передача знань, спілкування, яке сприяє соціальній злагоді та взаєморозумінню між різними поколіннями. Ніжна та солодкувата на смак пшоняна каша «Зозуля», з чорними вкрапленнями маку, дійсно дещо нагадує рябеньку пташечку. Даний унікальний елемент нематеріальної культурної спадщини виявили в 2022 році [2]. Традиція приготування та споживання пшоняної каші «Зозуля» історично побутувала на території нинішньої Вінниччини та, можливо, на інших територіях України, зі своїми відмінностями. Спершу страва мала ритуальне значення – на сьогодні обрядовий аспект втрачено, однак, зважаючи на складники каші, можемо припустити, що її могли готувати на свята чи обрядові обіди, наприклад, на Колодія. Сьогодні страва є буденною. В січні 2023 року за результатами конкурсу «Фуд-гід Україною» від Євгена Клопотенка, який був покликаний віднайти унікальні українські страви, каша «Зозуля» була визначена як унікальна і внесена у спеціальну кулінарну книгу серед 30 найкращих рецептів. Даний елемент занесено до місцевого і обласного реєстрів елементів нематеріальної культурної спадщини. Згідно з Наказом Міністерства Культури та інформаційної політики України від 23.02.2024 року № 135 «Традиції приготування та споживання каші «Зозуля» включено до Національного переліку елементів НКС.

Кожен виявлений елемент, це наш внесок в загальноукраїнську справу збереження культурної спадщини. Це так само важливо, як збереження територіальної цінності, як збереження людських життів. Недарма загарбники намагаються знищити музеї, вивезти артефакти, зруйнувати все, що є свідченням нашої приналежності до народу освіченого, культурного, цивілізованого, який має тисячолітню історію державотворення. Враховуючи, що багато елементів нематеріальної культурної спадщини мають загрози для свого існування, серед яких: нав'язування моди чужоземних ремесел та мистецтв, зникнення носіїв, відсутність бажання носіїв передавати свої вміння, світова глобалізація та втрата ідентичності, елементи культурної спадщини потребують захисту та підтримки на місцевому й національному рівнях.

#### **Список використаних джерел**

1. В ОТГ на Вінниччині набирає обертів фестивалний рух.  
URL:<https://vlasno.info/kultura/6/festivali/item/29410> (дата звернення 30.04.2024)
2. Гастронадщина Якушинецької ТГ. Каша «Зозуля». URL: <https://osv-osvita.gov.ua/news/11-22-55-03-02-2023/>(дата звернення 30.04.2024)
3. Фестиваль української святково-обрядової культури весняного циклу «Якушинецькі весноспіви» 2020 URL: <https://osv-osvita.gov.ua/festival-ukrainskoi-svyatkovoobryadovoi->



*Шостак Тарас Вікторович*  
*магістр архітектури*

## **Особливості державної політики України в контексті охорони культурної спадщини**

Розвиток культурно-мистецької політики України в умовах здобуття незалежності варто розглядати крізь призму профільного нормативного інструментарію — зокрема, Основ законодавства України про культуру 1992 р. (ретроспективний аспект), Закону України «Про культуру» (аспект сьогодення) та Закону України «Про охорону культурної спадщини» (ідеологічно-історичний аспект). Концепти розвитку культурного простору України були закладені Основами законодавства України про культуру 1992 р [1]. Нормативно-правовий акт містить методологічно-правові, економіко-соціальні та організаційно-прикладні наративи влаштування культурного простору, що імплементовані та інкорпоровані у Закон України «Про культуру».

Відповідно до п. 2 ч.1 ст. 1 Закону України «Про культуру» № 2778-VI [2], пріоритетом національної культурної політики є просування вітчизняного херітажного продукту – себто культурно-ціннісних орієнтівних концепцій, що визначають блага і вирізняльні риси культурно-соціального влаштування України. Вищезначена константа кореспондує продемократичному руху України до європоди — т. зв. «відпускна культура», нормування та пріоритезація котрої відбувається «на місцях», відповідає державно-управлінській теорії «децентралізації», що є одним із наріжним каменів виконання Україною Угоди про асоціацію з ЄС.

Однак Закон України «Про культуру» № 2778-VI частково зберігає директивні важелі управління культурною індустрією України, означені наразі нечинними Основами законодавства України про культуру 1992 р. Наприклад, теорія «відпусного управління культурним простором» за стандартами ЄС нівелюється відсутністю у даному нормативному документі норм прямої дії.

Управління культурними активами України подекуди здійснюється за пострадянською моделлю «вертикального регулювання», де Міністерство культури та інформаційної політики, окрім прямих обов'язків щодо спрямування та координації вітчизняних херітажних складових, певним чином директивує останні через наявність дефакто повноцінних меж для єдиноначального управління (відповідно

до ст. 4-2 Закону України «Про культуру» № 2778-VII, саме Мінкульт відповідає за стандартизацію «мінімальної культурної послуги», таким чином визначаючи ценз, динаміку та траєкторію культурно-духовного розвитку нації).

Безвідносно до вищезначених культурно-херітажних державно-регулятивних колізій, можна відзначити позитивні складові Закону України «Про охорону культурної спадщини» № 1805-III [3], яким законодавець встановлює специфіку провадження організаційно-правових та економіко-соціальних основ традиціонування національного культурного здобутку. Преамбулою даного Закону процес охорони культурної спадщини визначено пріоритетною державно-владною та місцево-самоврядною ініціативою. Дієвим елементом вітчизняної урядової політики щодо об'єктів культурної спадщини пропонуємо визнати т.зв. «музесфікацію» — процес, що передбачає імplementоване використання національної культурної спадщини у якості екскурсійно-відвідувальницького активу (абз.16 ч.1 ст.1 Закону № 1805-III).

Законом України «Про культуру» № 2778-VI, в свою чергу, було запроваджено підхід часткової демократизації владно-культурного контролю, проте через відсутність у законодавчому акті норм прямої дії деякі його положення залишаються незастосовними на практично-прикладному рівні. Закон України «Про охорону культурної спадщини» № 1805-III встановлює прецедентно-процедурні алгоритми «використання» культурно-стійких надбань України цивільним та цивільно-фаховим (професійним) населенням у освітньо-пізнавальних цілях. Натомість, відліковувати фактологічно-предметний культурний прогрес на рівні державного управління доцільно із Революції гідності та початку збройної агресії РФ проти України із анексією Криму (початок 2014 р.). Ключовими чинниками позитивних зрушень слід вважати всебічну популяризацію та просування культурологічної освіченості державних органів, соціальних інституцій та населення (Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку Україна-2020» № 5/2015 від 12.01.2015 р.)[4].

Сучасні тенденції свідчать про зростання ролі громадських інститутів та організацій у формуванні та реалізації культурної політики України, які виступають активними учасниками, спрямовуючи свої зусилля на популяризацію та збереження архітектурної спадщини.

Незважаючи на прогресивні зрушення, Україна ще не встановила стабільних організаційних та інституційних форм для ефективної реалізації культурної політики, тому важливо вирішити це питання для забезпечення сталого розвитку культурного сектору. Співпраця між органами влади та громадськими інститутами і організаціями є ключовим фактором для розвитку культурної політики, яка має ґрунтуватися на прозорості, відкритості до діалогу та взаємовигідному партнерстві. Недостатнє представництво громадськості у формуванні та реалізації

культурної політики свідчить про потребу в покращенні механізмів їх участі та впливу на рішення в сфері культури.

Децентралізація та передача повноважень на місцевий рівень створюють фінансові труднощі для реалізації культурної політики, тому необхідно розглядати розвиток культурного благодійництва та підтримки громадських ініціатив як шлях до вирішення цього питання. Вирішення цих питань визначатиме подальший напрямок розвитку культурної політики України, сприяючи збереженню та підвищенню культурного потенціалу країни. Таким чином, для подальшого удосконалення культурної політики в Україні важливо посилити партнерство між державними органами та громадськістю, розробити ефективні механізми фінансування та підтримки культурних ініціатив на різних рівнях, а також забезпечити широку участь громадськості у процесах ухвалення рішень. Прикладом такої співпраці є обговорення проекту регуляторного акту про порядок утримання фасадів будівель і споруд на території історичних ареалів міста Луцька та об'єктів культурної спадщини поза їхніми межами. Представники влади і громадсько-наукових організацій конструктивно і фахово обговорили існуючі проблеми та намітили шляхи їх вирішення. Засідання відбулося 28 грудня 2023 року.

#### Список використаних джерел

1. Основи законодавства України про культуру № 2117-XII від 14.02.1992 (ред. від 12.01.2011). Відомості Верховної Ради. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2117-12#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
2. Про культуру : Закон України № 2778-VI від 14.12.2010 (ред. від 07.10.2022). Відомості Верховної Ради. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
3. Про охорону культурної спадщини : Закон України № 1805-III від 08.06.2000 (ред. від 31.05.2022). Відомості Верховної Ради. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
4. Про стратегію сталого розвитку Україна-2020 : Указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015. Відомості Верховної Ради. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text> (дата звернення: 20.04.2024).
5. Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року. URL: [https://www.cultura.kh.ua/ima-ges/stories/innovaciy-na\\_diyalnist/dovgostrokova\\_strategiya\\_rozv\\_.pdf](https://www.cultura.kh.ua/ima-ges/stories/innovaciy-na_diyalnist/dovgostrokova_strategiya_rozv_.pdf) (дата звернення: 20.04.2024).

*Данілова Злата Сергіївна*  
здобувачка НАКККіМ

*Науковий керівник: Бортяна Єлена Ярославівна,*  
*кандидат економічних наук, доцент НАКККіМ*

### **Важливість охорони гастронадщини України**

Гастрономічна спадщина України насичена різноманітними традиціями, що відрізняються в залежності від регіону через проживання

у них різних етносів, насичену історію та географічні особливості.

Гастропадщина включає знання про їжу та кулінарні навички регіону, які громади розглядають як свою спадщину та соціальні практики. Вона охоплює широкий спектр соціокультурних аспектів, від продукції, страв, різноманітного посуду та кухонного начиння до традиції харчування. Традиційну гастрономію визначають як:

Продукт, який часто споживається або асоціюється з певними святами та/або сезонами, передається від одного покоління до іншого, виготовлений певним способом відповідно до гастрономічної спадщини, природного оброблення, вирізняється та відомий завдяки своїм особливостями і асоціюється з певною місцевістю, регіоном чи країною.

Гастрономічна спадщина може вважатися одним із видів нематеріальної культурної спадщини як така, що проявляється у звичаях, обрядах та святкуваннях, що підлягає охороні, згідно із Конвенцією ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини, до якої приєдналася Україна у 2003 році та Конвенцією ЮНЕСКО про заохочення розмаїття форм культурного самовираження, що ратифікована у 2005 році.

Окрім цього, розвиток гастрономічних традицій тісно пов'язаний із розкриттям та укріпленням туристичного потенціалу регіонів, що сприяє економічному та культурному зростанню регіону та країни в цілому.

Гастрономічна спадщина також є важливою частиною у підтриманні внутрішньої культурної самобутності регіону. Саме тому є важливим збереження, відтворення та розвиток гастрономічної спадщини.

За результатами дослідження Українського центру культурних досліджень внутрішніх туристів України, що були проаналізовані у 2020 році. Було виділено, що 15% туристів пов'язують свій відпочинок з гастротуризмом. Такий великий процент був коли не так багато людей замислювалися звідки проходить борщ, який по національності бограч або правильні голубці: маленькі з картоплею як у Львові чи великі з м'ясом як на Київщині?

15 % людей у 2020 році хотіли вивчити історію нашого народу та їх традиції приготування, побуту та знайти для себе нові смакові враження. Так чому б не збільшити популяризацію української кухні на міжнародний рівень, які пов'язують свій відпочинок з гастротуризмом.

У 2022 році, а точніше 24 лютого, на території України почалася повномасштабна війна, яка не дає нам показувати нашу кухню, традиції обряди на нашій території. Одна з причин через яку ми повинні не забувати про охорону нашої гастрономічної спадщини є вплив війни на знищення носіїв, продуктів харчування та місць де їх можна вирощувати тощо. Можу привести приклад зі знищенням одного із елемен-

тів нематеріально культурної спадщини – «Обряд приготування Зелівської зливанки». Це елемент побутував у Луганській області, в багатьох містах та селах, але через війну у 2014 році та повномасштабне вторгнення у 2022 році, цей елемент більше не побутує в своєму рідному регіоні. Зараз носії цього елемента виїхала за кордон або перемістилися в Київ та на західну Україну, де вони відтворюють традиції своїх родин та передають своїм нащадкам.

Також за допомогою пропаганди росія протягом багатьох століть створювала ілюзію, що українські національні страви, наприклад борщ, є їх стравою. Через викривлену інформацію про борщ Євген Клопотенко не зміг відкрити за кордоном ресторан, бо всі віддали що страви, які він хотів показати – російські.

Ми можемо популяризувати нашу гастрономічну спадщину через:

1. Засоби масової інформації та інтернет-платформи, які можуть впливати на культурні переконання та ідеологію інших націй за допомогою розповсюдження нашої традиції, підтвердження коректних історичних фактів та спростування певних стереотипів.

2. Створювати виставки, лекції або майстер-класи для розповсюдження гастрономічної культури за кордоном.

3. Підтримувати культурні організації та групи, які сприяють популяризації української гастрономічної спадщини.

4. Пробувати досліджувати вашу сімейну гастрономічну спадщину у родині, дізнаватися та відтворювати традиційні страви.

Наразі задля збереження гастрономічної спадщини України проводиться спільна робота ЮНЕСКО з Міністерством культури та інформаційної політики.

Зараз багато громадських організацій, обласних центрів народної творчості, відомих особистостей та блогерів популяризують гастрономічну культуру на різні верстки українського населення та за кордоном. Кожен небайдужий до культури в Україні намагається зробити свій внесок у збереження гастрономічних цінностей українського народу. Потрібно оберігати, цінувати та охороняти свою гастрономічну спадщину.

#### **Список використаних джерел**

1. Український центр культурних досліджень. Аналітичний звіт: «Українська гостроспадщина: традиції гостинності та культура приготування страв»: 2021 р. 50 с.
2. Б. Д. Моуелл. «Їстівна географія: Міжнародні продукти харчування на уроках світової географії»: 2003 р. 140 с.
3. Байба Рівза. Гастрономічна спадщина: внесок у сталий розвиток місцевого туризму: 2022 р. 10 с.

*Єзерницька Поліна Владиславівна*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Дичковський Степан Іванович,*

*доктор культурології, професор, професор*

*кафедри артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

## **Організація гастрономічного туризму в різних країнах світу**

Гастрономічний туризм, в порівнянні з іншими видами туризму, здійснює вплив крім зору і слуху також на інші органи відчуття людини, зокрема смак та запах. Такий вид туризму не про огляд місцевих пам'яток, архітектури, музеїв. Він про знайомство з країною шляхом дегустації. Першими гастроентуристами можна вважати вже давніх туристів, мандрівників. Вони приділяли велику увагу пробам їжі того чи іншого поселення.

Першою і офіційною датою виникнення гастрономічного туризму вважається 1998 рік. В державному університеті США «Боулінг Грін» на кафедрі народної культури було запроваджено новий термін – «кулінарний туризм». Але першими придумали цей вид туризму італійці. Саме вони почали залучати туристів, створюючи товариства за інтересами смачної їжі. Термін «кулінарний туризм», яким послуговуються в різних країнах, введено в обіг Лусі Лонгом, професором університету Огайо. [3]

Основа гастроентурів – це не тільки бажання поїсти або спробувати щось нове, а й обмін духовними, ментальними і матеріальними цінностями різних країн, народів. Всі туристи, подорожуючи, мають бажання скуштувати, спробувати щось нове, незвичайне на смак. Хтось цей рецепт привозить додому і або собі готує, або просуває далі як повноцінний гастрономічний продукт. Наприклад, ті ж самі ресторани інтернаціональної кухні.

Одним із найкращих з точки зору організаційних заходів знайомства з гастроентуризмом є фестивалі. Щорічно в Україні проходить велика кількість заходів, спрямованих на вшанування традицій – гастрономічних фестивалів. Вони проходять у різних точках країни, надаючи туристові змогу з головою зануритися у атмосферу місця, скуштувавши традиційні страви. Український гастроентуризм відносно молодий вид дозвілля, але має все необхідне для свого поступового розвитку.

Кожен туристичний регіон України сьогодні прагне знайти свою гастрономічну особливість і виявити свою неповторність, тому важливо включити гастроентуризм до регіональних програм розвитку туристичної сфери. Головною рушійною силою у розвитку гастроентуризму стають тематичні фестивалі локальної їжі і місцевих страв.

Гастроентуризм популяризується як тенденція в сьогоденному світі на основі знайомства з країною або регіоном через призму національ-

них страв, дарує нові емоції та враження, які так необхідні сучасному туристу. Більше того, щороку відкриваються нові гастро-маршрути, вигідні як маленьким, так і великим виробникам послуг.

«Їстівний туризм» як велике значення й пізнання інших культур, народів, їхньої історії і звичаїв. Він для справжніх гурманів, які не лякаються дивних страв і, здавалося б, непоєднувальних поєднань. Перед такими турами варто готувати себе до всього. Якщо це грузинська кухня – це про гостре, перчене і дуже ситне. Якщо це французька кухня – це вишукані страви, лангустини, креветки, омари, лобстери, сири: від козячого сільського сиру до відомого камамберу.

Розвиток в Україні гастротуризму досить швидко набув популярності, починаючи з 21го століття. Насамперед, це прибутковий вид туризму, до того ж, новий, на той час, для нашої країни. Допомогою розвитку такого виду туризму стало й отримання статусу незалежної держави та нові можливості євроінтеграції.

Україна володіє великим потенціалом для розвитку винно-гастрономічного туризму, проте використовує його не в повному обсязі. З українських науковців Д.І. Басюк визначає гастрономічний туризм, як спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури виробництва. [2]

Згідно з результатами дослідження соціологічної групи «Рейтинг» у 2013 році були оголошені улюблені національні страви українців: український борщ (44%), шашлик, холодець, котлети, домашні ковбаси, відбивні, вареники з сиром, картоплею та вишнями. Такий традиційний асортимент страв національної кухні склався порівняно нещодавно – протягом 100 років. Найбільше гастрономічних туристичних ресурсів зосереджено в Закарпатській, Львівській, Полтавській областях та в містах Київ, Львів, Луцьк.

Щороку в Україні проводяться близько ста кулінарних фестивалів та свят, при цьому спостерігається тенденція до збільшення кількості таких заходів. Вересень – найбільш багатий такими подіями, далі йдуть червень, жовтень та серпень. Таким чином, найбільша активність проявляється влітку та восени. [1]

В 2006 році була створена профільна Асоціація сприяння гастрономічного та винного туризму. Винний туризм – це інноваційний вид туризму, його особливість полягає в пригощенні та дегустації алкогольних напоїв, зокрема вина. Це є основним елементом гостинності майже всіх країн світу. Найбільш наближеною за кліматичними характеристиками є південна виноробна частина України [2, с.21].

#### **Список використаних джерел**

1. Стукальська, Н. М. Гастрономічний туризм в Україні як тренд популяризації нематеріальної культурної спадщини / Н. М. Стукальська, А. В. Антоненко // Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю, м. Київ, 20–21 травня 2021 р.

- Київ : КНУКіМ, 2021. С. 247–251.
2. Басюк Д.І Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Сталлий розвиток України: проблеми і перспективи: матеріали ІV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. Кам'янець-Подільський: Медобори. 2016. С. 121–123
  3. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. №45. С.128-132.

*Кузьменко Олександра*  
*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Бортяна Єлена Ярославівна,*  
*кандидат економічних наук, доцент НАКККіМ*

## **Збереження нематеріальної культурної спадщини України шляхом підвищення обізнаності на прикладі проєкту «Віртуальний музей НКС»**

Сьогодні питання збереження нематеріальної культурної спадщини є як ніколи важливим. Через початок і тривале продовження повномасштабного вторгнення росії в Україну, з'являється все більше викликів і загроз нематеріальній культурній спадщині. Це доводить важливість збереження та відновлення традицій, і одним з інструментів охорони НКС є популяризація, якою займається проєкт «Віртуальний музей НКС».

Стаття 2 Конвенції Юнеско «Про охорону нематеріальної культурної спадщини» 2003 року, до якої Україна приєдналась 6 березня 2008 року, а 27 серпня 2008 року цей міжнародний акт набув чинності для нашої країни, дає наступне визначення НКС: «Термін «нематеріальна культурна спадщина» означає ті звичаї, форми показу та вираження, знання та навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремим особами як частина їхньої культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється спільнотами та групами під впливом їхнього оточення, їхньої взаємодії з природою та їхньої історії і формує у них почуття самобутності й наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного різноманіття й творчості людини.»

Виклики та загрози НКС з початком війни стали ще більш відчутними, до них відноситься смерть носіїв, що несе за собою переривання передачі традиції, руйнування природних та культурних просторів в яких побутує той чи інший елемент тощо.

Ще одним важливим інструментом охорони НКС виступає Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України – це державна інформаційна система, що забезпечує ідентифіка-



цію, збирання, накопичення, обробку, захист, облік та доступ до інформації про наявні на території України елементи нематеріальної культурної спадщини з метою їх охорони (далі – Національний перелік).

Національний перелік формується на підставі інформації, що міститься в обліковій картці елемента НКС, допоміжних матеріалах, які фіксують і демонструють елемент НКС (аудіо-, фото-, відеоматеріали, що зберігаються на окремих електронних носіях інформації. Інформація зазначена в обліковій картці містить у собі інформацію про ареал історичного побутування елемента нематеріальної культурної спадщини, носіїв НКС, галузь спадщини, стислий опис елемента НКС тощо.

Структурування матеріалу та викладення його у доступній та цікавій формі стало можливим завдяки створенні веб – порталу «Віртуальний музей НКС» . Веб-ресурс був створений Українським центром культурних досліджень (далі – УЦКД) за підтримки Українського культурного фонду у 2018 році, з метою підвищення обізнаності про елементи Національного переліку, а у 2023 році трансформовано як інформаційну та комунікаційна онлайн-платформу для представлення живої спадщини України.

Відповідно до Наказу Міністерства культури України від 27.07.2015 № 548 Український центр культурних досліджень було уповноважено на науково – методичний супровід Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини. Завдання супроводу включали в себе і моніторинг елементів, що внесено до Національного переліку елементів НКС.

Метою Віртуального музею нематеріальної культурної спадщини (НКС) є підвищення обізнаності про елементи, що внесені до Національного переліку елементів НКС України, залучення до інформаційної та комунікаційної складової діджиталізації елементів НКС широкого кола гравців – носіїв, координуючих установ та зацікавлених організацій.

На сьогоднішній день Віртуальний музей НКС висвітлює окремі елементи НКС у форматі інформаційних тижнів у соціальній мережі «Facebook». Станом на березень 2024 на сторінці було висвітлено 12 елементів. Кожен інформаційний тиждень створюється у декілька етапів – це включає в себе підбір інформації, створення візуального оформлення, обговорення з громадами та безпосередньо носіями, які причасні до висвітлюваного елемента.

УЦКД співпрацює з Національною історичною бібліотекою України (далі – НІБУ), що допомагає при першому етапі підбору інформації. Інформація також може бути отримана беспосередньо через носіїв чи дослідників елемента, а також на інших веб-ресурсах. На другому етапі співробітники УЦКД компонують інформацію та розміщують її у найбільш простому для сприйняття шаблоні. Третій етап є дуже ва-

жливим, під час нього матеріал представляється громадам, дослідникам, носіям та іншим причасним до елементу НКС особам. Відбувається обговорення де всі присутні висловлюють свою думку щодо матеріалу, вносяться правки та остаточно затверджується інформація, що потім буде виставлена у мережі Facebook.

Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України станом на березень 2024 року налічує більше 90 елементів, це означає що проєкт «Віртуальний музей НКС» буде розвиватися й надалі з метою популяризації та збереження НКС.

#### **Список використаних джерел**

1. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_d69#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69#Text) (дата звернення 01.05.2024)
2. Наказ про затвердження Порядку ведення Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1718-23#n7> (дата звернення 01.05.2024)
3. Етичні принципи нематеріальної культурної спадщини: URL: <https://ich.unesco.org/en/ethics-and-ich-00866> (дата звернення 01.05.2024)

***Кравець Наталія Олександрівна***

*здобувачка Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка*

*Науковий керівник: **Стомбол Ігор Іванович**,  
кандидат історичних наук, доцент Київського столичного  
університету імені Бориса Грінченка*

## **Форми оприлюднення архівних документів: досвід центрального державного архіву громадських об'єднань та україніки і галузевого державного архіву СЗРУ**

З початку повномасштабного вторгнення росії на територію України активніше постає питання мови, збереження територіальної цілісності держави та все актуальніше зростає інтерес до історії. До історії, яка раніше була прихована «за сімома печатями» через правління сср.

Важливою умовою відродження національної пам'яті є розсекречення та відкритість історичних джерел, що відбулося за прийняттям незалежності України в 1991 році, а завданням архіву виступає публікація та оприлюднення інформації.

Архіви експонують документи або їх копії (цифрові копії) на виставках та демонструють документи і/або оприлюднюють інформацію, що міститься в документах НАФ, під час проведення інформаційних заходів, представляють архівні документи в медіа [1].

Центральний державний архів громадських об'єднань та україніки (ЦДАГОУ) утворено 7 жовтня 2022 року у результаті злиття Центрального державного архіву громадських об'єднань України (ЦДАГО

України) та Центрального державного архіву зарубіжної україніки (ЦДАЗУ) [3]. Має сторінку в мережі Фейсбук (3,1 тис. підписників) де представляє інформацію щодо документних ресурсів, важливі події, дайджести та ін. Фонди архіву включають в себе 344 фонди та 771 опис (документи Національного архівного фонду з паперовою основою, фонові документи, документи з кадрових питань). На сайті в розділі «довідковий апарат» виміщено оцифровані документи з 1986 по 1991 роки. Форма перегляду у форматі pdf.

На «E-resource» оприлюднено цифрові копії 85 справ (8763 сканкопії) десяти повністю оцифрованих фондів, що містять документи Українського штабу партизанського руху, партизанських з'єднань і загонів, що під час Другої світової війни діяли в Чехословаччині та завантажено 319 томів (21856 файлів) цифрових копій архівних кримінальних справ фонду 263 «Колекція позасудових справ реабілітованих (1918–1950)» стосовно 302 осіб [3]. Також виставляє унікальні документи (мають відповідний розділ) з XII по XX століття (442 документи).

ЦДАГОУ розміщено 68 електронних документальних виставок, що присвячуються річницям трагедії («Чорнобиль: трагедія, відображена в документах»; «Куренівська трагедія в м. Киві 13 березня 1961 року»), видатним особистостям («Доля родини легендарної поетеси: До 150-річчя з дня народження Лесі Українки»). Не оминає й у висвітленні сучасних подій («Незалежність 2022. Ціна свободи»).

Архівна установа робить великий внесок у збереження пам'яті про події сьогодення, збираючи документальні свідчення військової агресії російської федерації проти України (фотографії, листівки, спогади очевидців, щоденники війни та інші матеріали). Також публікує статті та добірки в засобах масмедіа («Лихолоб Н. »Подалі від росіян, які б вони не були» // Газета «Урядовий кур'єр». 16 лютого 2023 р.«), наукові статті та науково-інформаційні публікації а також збірники документів і монографії.

Галуzeвий державний архів СЗРУ (Служба зовнішньої розвідки України) – є державним органом, який здійснює розвідувальну діяльність у політичній, економічній, військово-технічній, науково-технічній, інформаційній та екологічній сферах [2]. Веде дві соцмережі: Фейсбук – 3, 2 тис. підписників, публікує звернення Президента України, ситуацію на фронті, кількість втрат противника, санкції проти країни-окупанта росії та ін.; Ютуб – 468 підписок, викладено 10 відеоматеріалів.

В рубриці «Розсекречена історія» близько 17 сторінок з текстом, фото та описом фонду зберігання документу (найновіша публікація «Як співробітники кГБ намагалися зробити з Івана Багряного «червоного»»).

Цікавим ходом є розкриття ексклюзивних документів («Нове ексклюзивне видання архівних документів про діяльність гетьмана Павла Скоропадського та гетьманський рух в еміграції»), а також тут можна зустріти такі цікаві добірки як: «Документи дпу-нквс-мдб-кдб урсс стосовно ліквідації визначних діячів українського національно-визвольного руху», «Справа оперативної розробки агента КДБ Сташинського Б. М. («Олег» – «Тарас») та ін. Слід зазначити, що ці документи завантажуються відразу на пристрій, а не відкриваються на сайті установи.

Отож, архіви здійснюють величезну роботу з оцифрування документів, ведуть соцмережі де активно висвітлюють свою діяльність, інформують про події минулого, прагнуть зберегти згадки для майбутніх поколінь щодо подій сьогодення.

#### Список використаних джерел

1. Про затвердження Порядку підготовки архівними установами документів Національного архівного фонду до експонування на виставках та в інших інформаційних заходах : Наказ від 1 вересня 2014 року № 1072/25849 / Міністерство юстиції України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1072-14#Text> (дата звернення : 03.05.2024)
2. Служба зовнішньої розвідки України : веб-сайт. URL : <https://szru.gov.ua/> (дата звернення : 03.05.2024)
3. Центральний державний архів громадських об'єднань та українці : веб-сайт. URL : <https://tsdahou.archives.gov.ua/> (дата звернення : 03.05.2024)

*Смірна Лілія Сергіївна*

*здобувачка НАКККіМ*

*Науковий керівник: Науменко Оксана Анатоліївна,  
кандидат психологічних наук, доцент кафедри  
артменеджменту та івент технологій НАКККіМ*

### Популяризація традиційних народних звичаїв у соціокультурній діяльності України

Символом соціальних змін стає чинник національної культури, бо майбутнє української національної ідеї втілюється в ньому найповніше. Російсько-українська війна стала тригером переосмислення значення та змісту народних традицій та культурної спадщини для українського суспільства. Зараз відбувається своєрідний поворот у ставленні до культури загалом.

Поруч із фізичним фронтом на півдні і сході, в країні точиться інший, культурний фронт – намагання росії знищити українську ідентичність і, відповідно, історію і культуру. Паралельно з воєнними діями, активно ведеться інформаційна війна. Для того, щоб мати можливість змінити українську історію, росіяни пошкоджують або викрадають музейні фонди та руйнують історичні пам'ятки. Чимало об'єктів культурної спадщини зараз перебувають під потенційною загрозою

знищення. Звісно, споруджуються захисні конструкції, є спроби перенесення рухомої спадщини, в більш безпечні місця. Але і за цих умов немає гарантії, що безцінні об'єкти будуть збережені [2].

Ворогам навряд чи вдасться знищити головного носія нашої культури – український народ, який століттями плекає свою культурну спадщину і через неї дозволяє нам побачити зміни в безперервному просторі традиційної культури. Народні традиції передаються поколіннями, постійно відтворюються групами та спільнотами і проявляються в обрядах, звичаях, святкуваннях, виконавському мистецтві, усних традиціях, знаннях і практиках, які стосуються Всесвіту та природи, пов'язаних з традиційними ремеслами навичках (народними художніми промислами), освітніми і виховними традиціями тощо [1].

Слід констатувати, що останніми десятиріччями, в цілому у світі, спостерігається суттєва переоцінка теорій та цінностей. На сучасну людину впливають глобалізаційні процеси, вона потребує іншої, сучасної соціально-політичної концепції соціуму. Щоб проаналізувати цей симбіоз специфічних культурних цінностей і глобальних змін, варто уявити глобалізацію як сукупність ціннісних акцентів-трендів: віртуалізації, мобільності, індивідуалізації та уніфікації культури[4].

Глобальний світовий тренд культурної уніфікації дещо викривлений і видозмінений у нашому культурному полі. На це суттєво вплинули дослідження і популяризація народних традицій, які довгий час заборонялися і, навіть, знищувалися під впливом імперського гніту. Умови отриманої у 1991 році незалежності змінили соціально-політичний контекст існування українців як етнічної групи. Революції 2004 та 2013 років, початок російсько-української війни у 2014 році, спричинили потужний сплеск патріотизму. Окрім моди на використання національної символіки, з'явилася цікавість до відродження національної культури.

На допомогу прийшли народні традиції, які не лише мали під собою фундамент культурної спадщини майбутнього, але й долучилися до формування нової системи цінностей молодих поколінь. Окрім історії і традицій, код нації формує безліч складових: музика та поезія, художні та архітектурні пам'ятки, визначні постаті та місця, завдяки яким ми гордо заявляємо про себе на міжнародній арені.

Візуальне мистецтво та архітектура одразу підхопили цей тренд «українізації» і прикрасили типові радянські будинки і нової національними орнаментами, створивши цілі квартали кольорових «вишиванок».

Революція Гідності запустила процес пошуків національної ідентичності в середині кожного свідомого українця. Тому українські виробники текстилю отримали масовий попит на продукцію в національному стилі. Новий підхід отримало ліжникарство, виробництво килимів, рушників і вишиванок, різьблення, гончарство та інші народні

ремесла. Зріс попит на майстер-класи за цими напрямками. Свою продукцію майстри реалізовували на чисельних ярмарках хендмейда, що набули шаленої популярності серед українців. Започаткований у 2006 році день вишиванки також популяризує традиційний український одяг не лише в Україні, а й у всьому світі.

Окремо потрібно виділити особливу увагу суспільства до української кулінарної традиції. Відродилися старовинні рецепти забутих страв, стали популярними телевізійні програми і фуд блоги з національною кулінарією. Розквітли невеликі крафтові виробництва традиційної сирної, м'ясної і алкогольної продукції. До того ж, розпочалась активна науково-дослідницька робота з гастроспадщини, одним з позитивних результатів якої стало внесення українського борщу до елементів нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО.

Суттєві зміни відбулись і в розмовній культурі. Окрім переходу більшості українців на рідну мову у щоденному спілкуванні, особливої популярності набув фольклор. Не лише у його художньому прояві – у вигляді народних пісень та казок, а й в побутовій розмові. Українці перестали цуратися місцевих діалектів і з задоволенням їх використовують, підкреслюючи різноманітність і багатогранність рідної мови.

Цьому явищу активно сприяють сучасні медіа, музичні колективи і кіноіндустрія. Наприклад, в популярних соцмережах час від часу активно використовуються фольклорні музичні твори («Парова машина», «Чоловік Герасім», «Остання путь» та ін), відео з якими набирають мільйони переглядів[5]. А нові українські фільми, серіали, відеоблоги і стендапи популяризують «живу» побутову мову.

Також неможливо оминати увагою затребуваність етно-фолк напрямлення в сучасній вітчизняній музиці. Українські гурти (ОНУКА, Go-A, ДахаБраха та ін.) крім популярності в рідній країні, збирають величезні концертні майданчики за кордоном.

Поновилася масова практика святкових застіль на Різдво і Пасху. Навіть релігійно індиферентні українці радо діляться в соцмережах родинними фото в національному одязі, за сервірованим в національному стилі столом. Розповсюджується також традиція писанкарства і створення святкових різдвяних атрибутів [3].

Від початку повномасштабного вторгнення, з України за межі країни виїхало близько 6 мільйонів людей. Кожен з них є носієм і транслятором культурних традицій українського етносу. Якась частина українців вже асимілювалася у інших країнах і не планує повертатися на батьківщину. Але, всі вони, свідомо чи несвідомо, продовжать передавати українську культурну традицію нащадкам. Сьогодні для українців народні традиції та свята набувають нових сенсів. Розділені кордонами через бойові дії родини, разом святкують Різдво та Пасху за давніми народними традиціями. Ці свята стали днями єдності і світла на будь-яких відстанях, попри темряву війни.

### Список використаних джерел

1. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини URL: <https://unesco.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/elementi-ukrayinskoji-kulturi-u-reprezentativnom-spisku-nematerialnoyi-kulturnoyi-spadshchini-lyudstva> (дата звернення: 22.03.2024).
2. Матеріали круглого столу «Збереження та переосмислення культурної спадщини українських міст в умовах війни». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eSSRqC6vums&t=1161s> (дата звернення: 18.04.2024).
3. Музей Івана Гончара, музейний блог – Наталія Громова, Календарно-обрядовий календар URL: <https://honchar.org.ua/blog/kalendarно-obryadovuj-gik-i31> (дата звернення 22.03.2024).
4. Настояща К.В. Глобальні тренди та українська культурна традиція – гібридизація чи діалог? ГАБІТУС, випуск 7, 2018
5. Онлайн-архів музичного фольклору URL: <https://www.polyphonyproject.com/uk> (дата звернення 18.04.2024).

**Кравець Андрій Володимирович**  
аспірант НАКККиМ  
м. Київ, Україна  
[expert.avk@gmail.com](mailto:expert.avk@gmail.com)  
ORCID: 0009-0001-1976-2705

### Визначення зносу об'єкта культурної спадщини

Для цілей оцінки розрізняють поняття зносу справжньої частини і реставраційних замінів і зносу частини об'єкта культурної спадщини, що зазнала нереставраційного втручання. Поняття зносу справжньої частини і реставраційних замінів, на відміну від зносу звичайної нерухомості, має такі особливості: замість поняття фізичного зносу справжньої частини і реставраційних замінів використовують поняття втрат; поняття функціонального зносу не застосовують до справжньої частини і реставраційних замінів. При розрахунку зовнішнього зносу (для всього об'єкта культурної спадщини) враховується режим охоронних зон, зон регулювання забудови і господарської діяльності, зон охоронюваного природного ландшафту та інші обмеження.

Розрахунок всіх форм знецінення об'єкта культурної спадщини включає в себе такі етапи:

- 1) визначення величини втрат справжньої частини і реставраційних замінів (окремо);
- 2) визначення величини фізичного зносу частини об'єкта, що зазнала нереставраційного втручання;
- 3) визначення величини функціонального зносу частини об'єкта, що зазнала нереставраційного втручання;
- 4) визначення зовнішнього зносу для всіх частин об'єкта.

Розрахунок всіх видів зносу частини об'єкта культурної спадщини, що зазнала нереставраційного втручання, визначають методами, які застосовують для звичайної нерухомості. Врахування історико-культурної значущості здійснюється шляхом визначення переліку

взасмоне незалежних нематеріальних чинників, які відображають основні ціннісні характеристики об'єкта оцінки як об'єкта культурної спадщини. При проведенні оцінки об'єктів культурної спадщини слід враховувати такі нематеріальні фактори: датування, історична (меморіальна) цінність, історико-художня цінність, технологічна цінність, рідкість, авторство, значення для просторово-планувальних утворень (містобудівна, ансамблева цінність), збереження історичної функції (для архітектурних споруд і ансамблів).

Для уніфікації виділених нематеріальних чинників використовують такі визначення: 1) «датування» – дата (час) створення об'єкта культурної спадщини; 2) «історична (меморіальна) цінність» – задокументований або широковідомий зв'язок об'єкта культурної спадщини з історичними подіями або особистостями. У середині цього поняття існують градації: світове значення, національного значення, місцевого значення. «Світове значення» – зв'язок об'єкта культурної спадщини з історичними подіями або особистостями світового значення. «Національного значення» – зв'язок об'єкта культурної спадщини з історичними подіями, особистостями загальнонаціонального значення. «Місцевого значення» – зв'язок об'єкта культурної спадщини з історичними подіями, особистостями місцевого значення. «Історико-художня цінність» – місце об'єкта культурної спадщини в історії архітектури, монументального і декоративно-прикладного мистецтва, його значення для характеристики певного етапу історії мистецтва. Визначається рівнем художньої якості об'єкта культурної спадщини.

У середині цього поняття існують градації: унікальний, характерний, типовий. «Унікальний» – об'єкт культурної спадщини, якому властиві новизна композиційного задуму, конструкції, декору, іконографії, колористичного, пластичного рішення, а також новизна функціонального типу будівлі. «Характерний» – об'єкт культурної спадщини, в якому присутні стилістичні, композиційні, конструктивні, іконографічні особливості, характерні для певного періоду в історії архітектури, монументального і декоративно-прикладного мистецтва, але має при цьому індивідуальні риси в своїй інтерпретації. «Типовий» – об'єкт культурної спадщини, художній образ якого склався на основі зразкових або типових проектів (для архітектурних пам'яток), а також на основі поширених зразків в конкретний історичний період. «Технологічна цінність» – характерні для конкретного історичного періоду особливості технології, використаної при будівництві або виготовленні об'єкта культурної спадщини, а також особливості використаних матеріалів.

Особливу важливість фактор має в тому випадку, якщо об'єкт культурної спадщини зберігся фрагментарно. У середині цього поняття існують дві градації – «унікальний», «типовий». «Унікальний» – об'єкт культурної спадщини, у створенні якого застосований новий техноло-



гічний прийом або новий тип матеріалу. «Типовий» – об'єкт культурної спадщини, у створенні якого застосований поширений для свого часу технологічний прийом або матеріал.

«Рідкість» – характеристика, яка визначається малою або одиничною кількістю збережених об'єктів культурної спадщини конкретного історичного періоду, визначеної типології, а також окремі напрямки в архітектурі, монументальному і декоративно-прикладному мистецтві або які є авторськими творами.

«Авторство» – характеристика, яка визначає значимість творця об'єкта культурної спадщини (архітектора, художника, скульптора, інженера).

«Значення для просторово-планувальних утворень (містобудівна, ансамблева цінність)» – особлива роль об'єкта культурної спадщини в міському просторі або природному ландшафті. Всередині цього поняття існують градації: «домінуюча роль в ансамблі», «включення в систему міських домінант», «включення в єдиний архітектурний ансамбль», «складова частина історичного архітектурного середовища». «Домінуюча роль в ансамблі» – значення об'єкта культурної спадщини, в формуванні силуету міста, в загальноміських панорамах, садибно-парковому ансамблі, в замському ландшафті. «Включення в систему міських домінант» – значення об'єкта культурної спадщини для просторово-планувальної структури певної частини міста (внутрішньо кварталні, вуличні домінанти). «Включення в єдиний архітектурний ансамбль» – значення об'єкта культурної спадщини, як частини міської, замської садиби, частини архітектурного комплексу. «Компонент історичного архітектурного середовища» – значення об'єкта культурної спадщини, як частини історичної забудови.

«Збереження історичної функції» (для архітектурних споруд і ансамблів) – збереження або відновлення початкового функціонального призначення об'єкта культурної спадщини, або збереження або виявлення (при музеефікації чи іншому використанні) елементів об'ємно-просторової композиції і внутрішнього простору, пов'язаних з історичною функцією.

## Секція 6. МИСТЕЦТВО В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ГЛОБАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ

*Модератори: Дячук Валентина Павлівна,  
Родінова Наталія Леонідівна*

*Афоніна Олена Сталівна  
доктор мистецтвознавства, професор,  
професор кафедри хореографії НАКККіМ  
oafonina@dakkkim.edu.ua  
<https://orcid.org/0000-0003-1627-6362>*

### **Коди культури в музичній основі для хореографії**

Інформаційно-комунікаційні зв'язки в мистецтві здійснюються через коди культури і мистецтва. Танець передає художні образи через пластику рухів. Кодом української народної хореографії є «гопак». У назві танцю закріплений вигук під час виконання «гоп!». І у нас від назви виникає багато згадок про його запорозьке походження, карколомні стрибки віртуозів-чоловіків. Для глядачів цей танець встановлює інформаційно-комунікаційні зв'язки з історією та сучасністю, з величністю і героїзмом. Але й слухачі не залишаються забутими. Емоційною компонентою до віртуозно-майстерних танцювальних рухів стає музика. Пісенні й інструментальні мелодії гопака, акцентований ритм і швидкий темп посилюють враження від дійства.

І танцювальне, і музичне мистецтво за своєю природою діалогічні. Вони сприяють обміну інформації, при чому кожне мистецтво своїми засобами виразності. Але для розуміння змісту хореографії, музики більшою кількістю глядачів і слухачів – враження від почутого чи побаченого, пояснення смислових акцентів оформлюються письмово, вербально, приміром з виокремленням кодів культури як інформаційно насичених повідомлень.

Приміром, як вистави з сучасної хореографії, які часто виглядають як повідомлення з минулого чи майбутнього, тобто поєднують здібності кодів культури формувати інформаційно-комунікаційні зв'язки. Серед таких цікавих вистав хореографічна фантазія Раді Поклітару «ДискриміНАЦІЯ» (2023).

Балет є низкою новел-притч про різні види дискримінації. Через хореографію, загальну сценічну дію Р. Поклітару розповідає складні історії, доповнені музикою барокового композитора Георга Генделя і фортепіанних творів сучасного українського композитора Валентина Сильвестрова. Музика, на яку спирається Раді Поклітару, поділяється на своєрідні культурні коди: часу (XVIII і XX-XXI століття); простору

(країн Англія, Німеччина, Україна); позачасових суспільних проблем, серед яких дискримінація.

Першим, що бачать глядачі, оформлення сцени великими пластиковими літерами ДИСКРИМІНАЦІЯ. Кожна сцена має своє слово з цих літер «дія, нація, арія» тощо. Виникають зорові паралелі з балетом «Снігова королева» (вистава Аніко Рехвіашвілі у Національній опері України за казкою Андерсена), коли Кай безуспішно збирає слово «вічність» із крижинок.

Початок вистави досить традиційний для сучасного балетного театру. Напіводягнені артисти балету ніби оживають на фоні прозорих літер. Дія з оригінальною ходою артистів розгортається без музики, ніби хореограф дає свободу нашій уяві. Тому коли ми чуємо хор «Thine Be the Glory» («Твоя слава, воскреслий сину-переможець») з ораторії Г. Генделя «Макавей», виникає непросте відчуття на рівні протиріччя з тим, що знаходиться і відбувається на сцені на фоні слова «дія». Тут згадується зміст ораторії Генделя, в якому закладено ідею єврейської віри в Перемогу. Мабуть не випадково хореограф під час війни для початку своєї вистави обирає саме переможний гімн Генделя. Хоча тут він звучить досить дивно.

Тим більше, що далі контрастом втає фортепіанний твір «Три багателі» В. Сильвестрова. На передньому плані маса людей з переможною музикою Генделя, а на задньому, біля літер – спочатку «дія», потім «арія» – бачимо Янголів. Вони зовсім не схожі на янголів з картин стародавніх майстрів, вони осучаснені не тільки ззовні. Під музику Сильвестрова Янголи у світлих костюмах і дивних перуках, які скоріше імітують крила, своїм танцювальним тріо передають мирне життя. Але дивлячись на людей, їхнє життя змінюється – пристрасті долають янголів, вони заражаються «подвійними стандартами», що панують у суспільстві. І у подальших сценах ми бачимо як поведінка янголів перетворюється на цинічну, жорстоку, зрадницьку. Це стосується не тільки оточення, вони зраджують собі.

Після знайомства з янголами з музикою Сильвестрова повертаються Люди з музикою Генделя. Тепер це арія «Ombre pallide, Io so, m'udite» («Бліді тіні, Ви знаєте, що я Вас чую») з опери «Альцина». Хореограф показує Кохання. Музика опери розкриває людські почуття і лібрето наповнено передачею надприродних явищ, що так захоплювало глядачів часів бароко. На нашу думку, Раду Поклітару використовує цю чудову арію для розкриття сцени кохання в балеті, оскільки кохання і є тим надприродним явищем, яке супроводжує людину. На сцені два плани – люди і янголи. Люди засуджують одностатеве кохання, воно стає приводом суспільної нетерплячості, одним з видів дискримінації. Кохання чоловіка і жінки стає не популярним і всі пари з різних причин розлучаються. Так закінчується епізод і арія Генделя. Звертають на себе увагу костюми артистів. Вони презентують суспі-

льні мотиви з модними деталями (кишенями, спідницями-штанями), непомітними і яскравими кольорами. А білі янголи на задньому плані живаються в ролі людей.

Виявляється, що ними оволодівають почуття – на сцені трикутник – два хлопці та дівчинка. Стосунки янголів з'ясовують під музику Сильвестрова. Досить проста, переривчаста мелодія Сильвестрова викликає в пам'яті секвенційно-вишукану мелодію Генделя. Абсолютно доречно музика Сильвестрова для з'ясування стосунків янголів і показу перших почуттів, які не мали з'явитися у янголів.

Чергування Генделя і Сильвестрова стає більш звичним, на відміну від першого враження. Тепер виникає почуття зближення часової дистанції: секвенції Генделя і його красиві протяжні мелодії перериваються лаконічними мелодіями Сильвестрова. Наступний епізод «Вік» з «Concerto grosso» Генделя. На сцені кілька планів: протилежні образи – Віку (Старого чи Старої), молоді, янголів. Вік рухається важко, важко дихає. Молодь стрибає і не здогадується, що всіх наздоганяє вік, що молодість короткострокова. Янголи зняли перуки, вони відпочивають і не хочуть порозуміти молодь.

Наступний епізод вишуканий. Красиві янголи, красиві витончені мелодії Сильвестрова, а зміст в тому, що один янгол хоче зробити іншого своєю подобою. Тобто, один із видів підкорення чужій думці та невмінням не порушувати чужий простір. Що репрезентує сучасне суспільство, використовуючи мобільні пристрої для стеження за чужим життям («Божевілья»).

Цікаво, що у своєму інтерв'ю Раду Поклітару розмірковує про складність теми дискримінації для танцювальної вистави, але саме танець, на його думку, дуже емоційний і може передати різні за своєю природою явища [1, 2].

Тож, в музичній основі сучасних балетів, зокрема Раду Поклітару, часто можемо виокремити коди культури у зверненні до музики, яка презентує часопростір: у балеті «Дискримінація» Г. Гендель і В. Сильвестров; у виставі «Маленький принц» В. Моцарт і українські колискові у виконанні Марії Пилипчак; у балеті «Дош» Й. Бах і світові хіти. Крім того, музика наштовхує на зміст та епізодичну форму балетного твору («Дискримінація», «Дош»). А головне, що коди культури сучасних балетних творів передають не просту інформацію через відомі символи і образи, які не мають часопростору.

#### Список використаних джерел

1. Раду Поклітару про нову виставу «ДискриміНАЦІЯ» і роботу в Київ Модерн-балеті. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5aByBdKmjcg>
2. Яким буде новий балет Раду Поклітару «ДискриміНАЦІЯ». URL: <https://vogue.ua/article/culture/teatr/yakim-bude-noviy-balet-radu-poklitaru-diskriminaciya-53770.html>

**Кислюк Костянтин Володимирович**  
доктор культурології, професор, професор  
кафедри культурології та медіакомунікацій  
Харківської державної академії культури  
k\_k\_v@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0001-9092-6808>

**Кислюк Любов Вікторівна**  
кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри документознавства та української мови  
Харківського національного аерокосмічного університету  
ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»,  
l.kyslyuk@khai.edu  
<https://orcid.org/0000-0001-9764-4280>

## **Стан культури і мистецтва в умовах російсько-української війни: історіографічний аналіз**

Предметом нашого аналізу є публікації, присвячені стану вітчизняної культури і мистецтва від 24 лютого 2022 року у фахових культурологічних виданнях України та дослідницькі статті, долучені до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science в галузях соціальних і гуманітарних наук за 2023 рік.

Безпосередньо історіографія висвітлення теми російсько-української війни в культурології ще не розглядалась. Виняток становить невеличкий нарис М. Пазинюк, метою якого, за визнанням авторки, є не ґрунтовний історіографічний огляд, а лише «популяризація результатів досліджень актуальної проблеми аналізу досвіду проживання російсько-української війни» «у сфері філософії, пластичного й музичного мистецтва, методології їхньої психології та практики рецептивної чи активної арттерапії, педагогіки тощо» [1, 152].

Зазначається, що відбувається «реактуалізація мистецьких творів». «Основою для них постають фрагменти бойових дій, перемоги та героїчні вчинки, страждання та мрії українського народу» [2, 73–74]. Це саме стосується конкурсно-фестивального руху [3] та участі в міжнародних виставкових проєктах.

За результатами реалізації міжнародного проєкту колег з Університету Портсмута та кафедри культурології та філософії культури Національного університету «Одеська політехніка» «Puppetry in the Face of War: A Study of Odessa Puppet Theatre» («Театр ляльок перед обличчям війни») визначено три основні функції мистецтва України в епоху війни – суспільно-політичну, академічну та терапевтичну [4, 284–287].

В історико-культурному контексті такий підхід дійсно більше властивий західноєвропейському мистецтву, на відміну від радянсько-

го, в якому «пафос мужності та героїзму» «унеможливило демонстрацію будь-яких екзистенційних переживань» [5, 16].

Разом із тим, залишаються нерозглянутими креативні стратегії розвитку українського мистецтва. Як на нас, вони мають конвертувати поки що триваюче зацікавлення чи просту впізнаваність усього українського в цікаві для глобального споживача ексклюзивні продукти, чим компенсувати об'єктивну фінансову скруту для українського мистецтва найближчими роками.

Статті у міжнародних наукометричних базах, предмет яких можна віднести до царини культури, кількісно незначні, проте, вони часто суголосні вітчизняним публікаціям, містять цікаві результати.

На прикладі аналізу 32 стінописів антивоєнного змісту на 300-метровому бетонному мурі, що підпирає земляний насип обабіч станції Яшень у Гданську, авторства студентів з Польщі, України, Білорусі, було продемонстровано потенціал вуличного мистецтва, не заплямованого рекламними чи споживацькими інтересами. Зокрема, «ілюструючи людську ціну збройного конфлікту», муралі «можуть надихати людей різного віку діяти та брати участь у ініціативах для підтримки постраждалого від війни населення» [6].

У включеній до WoS статті вітчизняних авторів «трансформації культурного розвитку українського народу» підсумовано до вивищення ролі української мови, історії та пам'яті серед простих громадян та поширення культури заперечення всього російського серед науковців [7, 231]. Також студіюється діяльність окремих культурних установи, зокрема бібліотек і музеїв. Було надано високу оцінку онлайн-активності Національного музею історії України у Другій світовій війні, яка вповні відповідає сучасним вимогам миттєвої меморіалізації у реальному часі. Тим самим музей позитивно «впливає на підтримання високого морального духу та «бойового духу», а також на «залучення міжнародної спільноти до допомоги Україні». Крім того, від початку російського вторгнення Музей війни активно використовує історію для поточних політичних і військових цілей. Наприклад, він оперує «транснаціональними формами пам'яті про Голокост, як-от гаслом «Ніколи знову», посилаючись не лише на конкретну історичну подію, але – ширше – на егіптянський наратив, який засуджує геноцид, щоб мобілізувати дії, які сприяють поразці та суду над російськими військовими злочинцями і відновленню справедливості» [8]. Цікавим є фактографічне дослідження, присвячене кінематографічній культурі України воєнної доби, зосереджене на новітніх практиках у діяльності українських кінотеатрів після її відносної нормалізації восени 2022 року [9].

Значно ширше, ніж в українських авторів розглядається тема «жінка та війна». Зазвичай, візуальні наративи щодо жінок в Україні виходять з традиційного патріархального розподілу ролей. Наприклад,

аналіз 201 фотографії на перших шпальтах в шести міжнародних газетах протягом першого місяця війни показав, що жінки фігурують у 47,3% зображень, «проте їхня роль є підпорядкованою. Вони постають як другорядні та мовчазні жертви, котрі мають бути захищені» [10, 245]. Натомість феміністично орієнтованими дослідниками констатується, що «активність, продемонстрована українськими жінками у війні, яка триває, є численним спростуванням патріархальних схем», попри те, що саме жінки страждають від наслідків війни найбільше. Це стосується як масового залучення жінок до служби у лавах ЗСУ «на нестереотипних ролях», так і їх активної діяльності як журналісток, волонтерів та учасниць антивоєнного руху [11].

У цілому, російсько-української війна успішно опрацьовується зарубіжному науково-культурологічному дискурсі у широкому спектрі своїх проявів і впливів. «Вузким місцем» і водночас «вікном можливостей», на нашу думку, є висвітлення нових культурних феноменів, породжуваних війною.

Так само не спостерігаємо більш узагальнених спроб концептуалізації сутності та меж (limits) нової соціокультурної реальності, створеної російським вторгненням в Україну.

#### Список використаних джерел

1. Пазинюк М. Проблематика досвіду проживання російсько-української війни у вимірах пластичного мистецтва, психології мистецтва й арттерапії. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку* : наук. зб. 2023. Вип. 47. С.152-157.
2. Безугла Р. Конкурсно-фестивальний рух в Україні в часи російсько-української війни. *Сучасне мистецтво*. 2022. Вип. 18. С. 9–18.
3. Тормахова А. М. Мистецькі практики під час війни: український вимір. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2022. Вип. 41. С. 70–75.
4. Борисенко В. Адаптаційні процеси в середовищі внутрішньо переміщених осіб в Україні під час російсько-української війни у XXI столітті. *Народна творчість та етнологія*. 2023. №4 (400). С 29–38.
5. Стоян С. Тема війни в образотворчому мистецтві: специфіка історико-культурних трансформацій. *Українські культурологічні студії*. 2023. Вип. 12(1). С. 15–17.
6. Perzycka-Borowska E., Gliniecka M., Kukielko K., Parchimowicz M. Socio-Educational Impact of Ukraine War Murals: Jasien Railway Station Gallery. *Arts*. 2023. Vol. 12. Issue 3, 112. DOI: 10.3390/arts12030112.
7. Filimonova-Zlatohorska Y., Poperechna G., Nikolenko K., Poliuh V., Shevel I. Transformation of the cultural development of the Ukrainian people in the context of military realities: philosophical reflections on dilemmas. *Amazonia Investiga*. 2023 Vol. 12. №63. pp. 224–232.
8. Olzacka E. War and 'museum front' in a digital era: The Ukrainian War Museum during the Russian invasion of Ukraine. *Media, War & Conflict*. 2023. DOI: 10.1177/17506352231175077
9. Shumylovych B. Cinematic Culture During the War in Ukraine: Surviving the Year of Brutalities. «Images». *Poznań* 2023. Adam Mickiewicz University Press. Vol. XXXIV. №43. pp. 111–126
10. Iraola M. E., Peña-Fernández S. The Face of War. Women in the Photographs of the International Press during the Invasion of Ukraine. *Fotocinema*. 2023. Vol. 27, pp. 245-262.
11. Al Orami, S., Antwi-Boateng, O. Surviving Patriarchy: Ukrainian Women and the Russia-Ukraine War. *Journal of International Women's Studies*. 2023. Vol. 25. Issue 6. Article 8. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol2>

*Брянцева Ганна Володимирівна*  
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну  
Запорізького національного університету  
bganna@ukr.net,  
<https://orcid.org/0000-0002-9689-8497>

## **Українці і війна: як зображують війну ілюстратори в українських пікчербуках, виданих у 2022 – 2024 роках**

Сучасний світ дитячих книжок не можна уявити без пікчербуків або книжок-картинок (picturebooks) – не плутати з книжками з картинками/ілюстраціями (ще ілюстрованими книжками) (illustrated books) [22]. Автори засадничого для дослідників сфери пікчербуків видання про дитячі книжки-картинки «Children’s Picturebooks. The Art of visual storytelling» (геть недавно, у 2023 році, українське видавництво «ArtHuss» перевидало його українською як «Дитячі книжки-картинки. Мистецтво візуальної оповіді») Мартін Солсбері і Морґ Стайлз констатують наявність тенденції, згідно з якою що далі у XXI століття – то ринок пікчербуків ставатиме дедалі більш глобальним [15, 40]. Дослідники розвивають думку про те, що за першу чверть XXI століття пікчербуки для дітей вийшли на новий рівень розвитку, і одразу наголошують, що мова не лише про технології друку. Острах поразки перед цифровими джерелами інформації та розваг, який запанував серед світової видавничої галузі у «нульових», спонукав і авторів, і ілюстраторів, і видавців пікчербуків до прогресивних креативних пошуків. Наприкінці «десятих» і особливо на початку «двадцятих» років XXI століття аналіз книжкового ринку пікчербуків, з одного боку, і популярних щорічних книжкових заходів, як-от регулярний захід «100 найкрасивіших книжок-картинок зі всього світу» від платформи dPictus [21], щорічний захід із нагородження медаллю Калдекота за «найвидатнішу американську книжку-картинку для дітей» [20], регулярні заходи Болонського книжкового ярмарку [9], з іншого боку, дають підстави стверджувати, що останнім часом книжка-картинка стала розглядатися, як окремий вид мистецтва. Іншими словами, ілюстрація перестала бути доповненням до тексту – зображення і слово нині створюють ідеальну синергію для максимального розкриття потенціалу обох. Більш того, такий різновид пікчербуків як сайлентбуки (ще «тихі книги») базується винятково на зображеннях, без жодного слова. XXI століття істотно розширило і коло тем для традиційної аудиторії книжки-картинки – наймолодших і молодших читачів, і арсенал зображувальних засобів, який задіюють сучасні ілюстратори за проєктування візуального ряду у пікчербуках.

Автори, ілюстратори і видавці пікчербуків, попри складність теми війни для маленьких читачів, з усім цим змогли знайти способи, щоби розповідати і показувати про цю війну. Так, в українських видавництвах



упродовж 2022 – 2024 років повномасштабного вторгнення побачили світ понад десять пікчербуків про війну. Одразу треба зазначити, що маленькі українці – не єдині читачі. Разом з ними про волю України до Перемоги і незламний Дух українців у цій трагічній війні дізнаються маленькі читачі з інших країн світу. Так, пікчербук, якщо бути точним, сайлентбук Олександра Шатохіна «Жовтий метелик» читають, окрім українців, ще американці, канадці і японці. Це стало можливим завдяки блискавичному реагуванню на появу цього сайлентбука трьох видавництв – американського «Red Comet Press», канадського «Comme des géants» і японського «Kodansha LTD». Пікчербук-щоденник авторки Оксани Лушчевської й ілюстраторки Каті Степанішевої «Це тиха ніч, мій астронавте» переклало і видало американське видавництво «Tilbury House» [10]. Пікчербук «Діти повітряних тривог» авторки Лариси Денисенко й ілюстраторки Олени Лондон переклали і видали фінське видавництво «Tammi» і шведське видавництво «Forlaget Hjulst» [16]. Прикметно, що шведський переклад пікчербука «Мої вимушені канікули» здобув «Срібну зірку» премії Пітера Пена. Премію Пітера Пена (Peter Pan-Prisets) щороку присуджують іноземному автору або авторці за перекладену дитячу чи юнацьку книгу «високої якості як з літературного, так і з тематичного погляду» [1].

Аналіз підходів українських авторів, ілюстраторів і видавництв до створення пікчербуків про реалії українців, кардинально змінені російськими загарбниками, виявив, зокрема, два підходи до опрацювання образної складової таких пікчербуків.

Перший підхід, за якого про те, як це – жити під час війни, розповідається в метафоричній казковій формі, а ілюстратор опрацьовує мальовничі стилізовані ілюстрації. Саме такий підхід покладено в основу пікчербуків «Півник» [5] авторки Зоряни Живки й ілюстраторки Олі Гайдамаки (видавництво «ВСЛ»), а ще «Півник-переможець» [6] і «Мрія. Небесні авіалінії» [4] знову авторки Зоряни Живки, але іншої ілюстраторки – Богдани Бондар й іншого львівського видавництва – «Свічадо». Ось як, зокрема, прокоментувала процес створення ілюстрацій до пікчербуку про чорного півника, який вивів з облоги місто, ілюстраторка Оля Гайдамака: «Вперше читаючи «Півника», я уявляла перед собою увесь процес перетворення курчатка у півника та козака. Створення образів дійових осіб було цікавим та захопливим завданням. Наприклад, візерунок, яким я наділила чорне курчатко, виростає разом із ним, а потім з'являється на кунтуші у козака. Одяг на жінках я прикрасила вишивкою місця сили та наснаги, мого рідного краю – Чернігівщини» [17]. Це доволі поширена практика, коли над книжкою працюють двоє – автор й ілюстратор. Ось як, зокрема, описала свої враження від ілюстрацій Олі Гайдамаки авторка Зоряна Живка: «І ось прийшли ілюстрації. Вони були такі, що викликали захват, благоговіння і світлу печаль. Я переглянула малюнки і змогла випла-

катися. Мене вразило і зачудувало те, як художниця побачила текст, які акценти розставила: росте хлопчик-курчатко, стає славним козаком, а тоді кладе життя заради порятунку людей від ворожої навали, матір втрачає сина, лишаються їй лише спогади і людська вдячність. Хлопець із ілюстрацій дуже схожий на Романа Ратушного. Я проплакала три дні, але це були цілющі сльози» [7]. У формі казки також опрацьовані пікчербук з непересічними ілюстраціями у змішаній техніці «Казка про Світло» [11] авторки й ілюстраторки Христини Лукашук (видавництво «Жорж»); віршований пікчербук з яскравими повнорозгортковими ілюстраціями «Битва за місто» [18] автора Володимира Чернишенка й ілюстраторки Тетяни Копитової (видавництво «АРТ-БУКС»); пікчербук, точніше сайлентбук «Жовтий метелик» [19] автора й ілюстратора Олександра Шатохіна. Ось як відгукнулися про «тиху книгу» «Жовтий метелик» інші автори й ілюстратори – Романа Романишин та Андрій Лесів: ««Тиха книга «Жовтий метелик» Олександра Шатохіна побудована лише на мові символів, але попри відсутність слів вона зовсім не «тиха». Усе зайве тут вимкнено, колір з'являється лише наприкінці. Наскрізним елементом, що буквально «пронизує» усю книгу є колючий дріт. Здавалося б, цей візуальний образ найбільше асоціюється з концтаборами Другої світової війни, проте зараз він знову, на превеликий жаль, актуальний. Знову ті самі дроти облпуть, ранять, душать, зубатими гостряками продираються крізь плоть до нашого внутрішнього світла. І Сашкові дуже гарно вдалося зобразити оце світло серед суцільної темряви страждань і жаху. Маленькі жовті метелики, як спалахи надії, освітлюють шлях. Їх ціла зграя і всі вони діють як одна істота, збираються до купи і змінюють усе навколо» [14]. Своїм враженням про «Жовтий метелик» діляться читачі, зокрема, ось що говорить про цей сайлентбук багатодітна мама Наталія Івко, авторка відомого блогу «Вікенд»: «Цю книгу не треба читати – її треба відчувати. Розглядати, гортати сторінки, шукати символи, отримувати надію та переконуватися в тому, що майбутнє – про світло, радість, перемогу. Жовті метелики у книзі – це душі українців, які проходять крізь випробування війною та стають ще міцнішими та сильнішими. На початку вони закриті колючим дротом, але з кожною сторінкою їхня боротьба наближує Перемогу, і чорного кольору в книзі стає дедалі менше, а метеликів усе більше»[8].

Другий підхід – це коли у пікчербуках обидві складові – і лаконічна текстова і прониклива ілюстративна – підпорядковані разючому і напруженому контрастові між зображенням спочатку щасливих мирних днів і потім зловісних і болісних реалій російського лихосилля (укриття, втечі, очікування і невідомість). Це передусім пікчербуки, які побудовані на кшталт щоденників, де маленькі українці, день за днем, діляться спогадами і враженнями про те, як вони проживають дні війни. Це пікчербук «Це тиха ніч, мій астронавте» [12] авторки

Оксани Лушевської і ілюстраторки Каті Степаніщевої (видавництво «Книголав») і пікчербук «Мої вимушені канікули» [3] авторки Катерини Єгорушкіної та ілюстраторки Софії Авдєєвої (видавництво «Віват»). А також пікчербуки-розповіді. Так, пікчербук «Діти повітряних тривог» [2] авторки Лариси Денисенко і ілюстраторки Олени Лондон («Видавництво для дітей»), розповідає про досвід дітей, який ті вимушено набули через повномасштабне вторгнення. Тоді як пікчербук «Дім» [15] авторки Катерини Тихозорої й ілюстратора Олександра Продана (видавництво «Ранок»), присвячений усім тим українцям, які втратили свій дім через те, що росія розв'язала війну проти України.

Узагальнений аналіз того, як зображують війну ілюстратори в українських пікчербуках, виданих у 2022 – 2024 роках, дозволяє зробити такий попередній висновок. Стосунки між розказаним автором і зображеним ілюстратором не є простими. Ілюстрація зазвичай покликана розвинути історію. Але ілюстраторові треба пам'ятати, що історії, у яких говориться про травматичний досвід проживання війни, містять негативні і виснажливі емоції. Але, відтворюючи у візуалі жахи війни, ілюстраторові не менш важливо віднайти і втілити образи, які тамуватимуть гіркі відчуття і допомагатимуть загоювати емоційний біль. Іншими словами, ілюстратор має створити стверджуючий образ Світла, який врешті-решт перемагає образ темряви, якого б образу та не набула. І саме це ми спостерігаємо в ілюстраціях пікчербуків про війну. Темні кольори і тривожні образи, викликані до життя тривожним дитячим досвідом війни на початку історії, наприкінці пікчербуків обов'язково відступають перед світлими образами, сповненими надії на очікувану Перемогу, на повернення додому, на мирне життя у колі родини і друзів.

### Список використаних джерел

1. Горлач П. Книга «Мої вимушені канікули» Катерини Єгорушкіної отримала «Срібну зірку» шведської премії Пітера Пена. Суспільне – Культура. 16 березня 2024. URL: <https://susplne.media/culture/707102-книга-moi-vimuseni-kanikuli-katerini-egoruskinoi-otrimala-sribnu-zirku-svedskoi-premii-pitera-pena/> (дата звернення: 27.04.2024).
2. Денисенко Л. Діти повітряних тривог. Київ : Видавництво для дітей, 2022. 56 с.
3. Єгорушкіна К. Мої вимушені канікули. Харків : Віват, 2022. 48 с.
4. Живка З. Мрія. Небесні авіалінії. Львів : Свічадо, 2022. 32 с.
5. Живка З. Півник. Львів : Видавництво Старого Лева, 2022. 36 с.
6. Живка З. Півник-переможець. Львів : Свічадо, 2022. 32 с.
7. Зоряна Живка – про книжку «Півник». Видавництво Старого Лева. 10 жовтня 2022. URL: <https://starylev.com.ua/blogs/zoryana-zyvka-pro-knyzku-pivnyk> (дата звернення: 27.04.2024).
8. Івко Н. Про війну та під час війни: 10 дитячих книжок, написаних після 24 лютого. Вікенд. 17 січня 2023. URL: <https://weekend.today/market/pro-vijnu-ta-pid-chas-vijny-10-dytyachyh-knyzhok.htm> (дата звернення: 27.04.2024).
9. Карп'юк О. Україна на Болонському ярмарку 2024: нові стратегії продажів прав й перемоги українців. Читомо. 16 квітня 2024. URL: <https://chytomo.com/ukraina-na-bolonskomu-iarmarku-2024-novi-stratehii-prodazhiv-prav-j-peremohy-ukraintsiv/> (дата звернення: 27.04.2024).
10. Корнієнко Н. Словник війни, поезія та вічна класика: українські книжки, перекладені за кордоном у 2023-му. Читомо. 01 лютого 2024. URL: <https://chytomo.com/slovyuk-vijny-prozisia-ta-vichna-klasyka-ukrainski-knyzhky-perekladeni-za-kordonom-u-2023-mu/> (дата звернення: 27.04.2024).

11. Лукашук Х. Казка про Світло. Харків : Жорж, 2022. 32 с.
12. Луцєвська О. Це тиха ніч, мій астронавте. Київ : Книголав, 2022. 40 с.
13. Солсбері М., Стайлз М. Дитячі книжки-картинки. Мистецтво візуальної оповіді. Київ : ArtHuss, 2023. 208 с.
14. Творча студія «Аграфка» про сайлентбук Олександра Шатохіна «Жовтий метелик». Видавництво Старого Лева. 11 серпня 2022. URL: <https://starylev.com.ua/blogs/tvorca-studiya-agrafka-pro-saylentbuk-oleksandra-satohina-zovtyu-metelyk> (дата звернення: 27.04.2024).
15. Тихозора К., Продан О. Дім. Харків : Ранок, 2022. 36 с.
16. Українську книжку про переживання війни дітьми видали фінською. Читомо. 10 березня 2023. URL: <https://chytomo.com/ukrainsku-knyzhku-pro-perezhyvannia-vijny-ditmy-vydaly-finskoiu/> (дата звернення: 27.04.2024).
17. Художниця Оля Гайдамака – про книжку Зоряни Живки «Півник». Видавництво Старого Лева. 23 вересня 2022. URL: <https://starylev.com.ua/blogs/xudoznycu-olya-gaydamaka-pro-knyzhku-zoryany-zvyky-pivnyk> (дата звернення: 27.04.2024).
18. Чернищенко В., Копитова Т. Битва за місто. Київ : АРТБУКС, 2022. 36 с.
19. Шатохін О. Жовтий метелик. Львів : Видавництво Старого Лева, 2022. 64 с.
20. Caldecott Medal Wikipedia. 29 березня 2024. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Caldecott\\_Medal](https://en.wikipedia.org/wiki/Caldecott_Medal) (дата звернення: 27.04.2024).
21. The on-going 100 Outstanding Picturebooks selection. dPICTUS. 2024. URL: <https://dpictus.com/100-outstanding-picturebooks> (дата звернення: 27.04.2024).
22. What is a Picturebook? PEPELT (Picturebooks in European Primary English Language Teaching). 2024. URL: <https://pepelt21.com/what-is-a-picturebook/> (дата звернення: 27.04.2024).

**Воробйова Наталія Петрівна**

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри  
артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*

*[fujete103@gmail.com](mailto:fujete103@gmail.com)*

*ORCID 0000-0003-1327-6068*

## **Зміна культурних практик українців під час війни**

Війна змінила життя українців докорінно. Робочий час та час вільний здебільшого підпорядковані умовам воєнного стану в країні. Переглянуто та усвідомлено справжні цінності життя, прагнення бути корисним та не витратити час на неконструктивну життєдіяльність панує в суспільстві.

Зокрема війна суттєво змінила культурні практики українців. За результатами соціологічного опитування Київського міжнародного інституту соціології за підсумками 2023 року лише чверть (24%) опитаних не помітили, щоб війна вплинула на їхні практики культурної діяльності [1]. Основний вплив для решти проявився наступним чином:

- 56% за останній рік почали слухати більше української музики;
- 22% почали більше читати книг українських авторів;
- 3% почали співати;
- 2% почали малювати;
- 2% почали писати власні вірші або оповідання.

Якщо брати до уваги найбільш активну групу населення України

– молодь (вікова група від 18 до 35 років), розуміючи, що саме вона переважно споживає різні культурні продукти і швидше адаптується до нових умов, то зазначені відсотки можна простежити в академічному середовищі НАКККіМ. Зокрема, ініційований кафедрою артменеджменту та івент-технологій та проведений в 2023 році літературний конкурс «Новорічне диво» та долучення до «Національного тижня читання поезії» в 2024 році виявили непересічну активність студентської молоді спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» та активний розвиток її творчих здібностей. Власні вірші та оповідання здобувачів НАКККіМ були високо оцінені професійним журі. Здобувачі ж творчих спеціальностей в зазначеному періоді продемонстрували неймовірний сплеск творчої активності в різноманітних заходах культурного спрямування.

Слід зазначити, що в Українському культурному фонді спільно з міжнародним проектом U-Report дослідили, як війна вплинула на культурне дозвілля молодих українців, яким є актуальний запит на культурні послуги та який рівень готовності долучатися до культурних заходів та загалом до процесу післявоєнної відбудови української культури.

Дослідження виявило, що дозвілля української молоді до війни носило переважно пасивний характер, а різні форми культурного дозвілля не були головними серед форм відпочинку молоді. Нині ж найбільш популярним серед молоді є відвідування кінотеатрів, книжкових магазинів, музеїв, виставок, відвідування фестивалів та театрів [2,3]. Водночас серед молодих українців підвищився інтерес до самоосвіти та різноманітних соціальних і благодійних проєктів. Ймовірно, що саме культурне дозвілля та соціальний активізм стали важливими факторами адаптації до умов війни.

Саме тому одним з важливих завдань на сьогодні є залучення молоді до культурного життя і до процесу відновлення української культури та принесення в неї нових сенсів. Тим більше, що як показало дослідження, більше ніж 90% української молоді впевнені у відновленні української культури. Нині понад 20% молодих українців беруть участь у волонтерських проєктах сфери культури. Однак майже 45% з них в таких заходах участь не беруть, але мають бажання долучитися. Тобто у молоді є запит на участь у волонтерських культурних проєктах і, відповідно, саме молодь можна залучати до різноманітних заходів щодо відбудови та розвитку української культури.

Загалом, як зазначено в аналітичному звіті «Культурні практики населення України: поведінка та ставлення» [1] відбулися наступні зміни в споживанні культурного контенту:

– фільми/серіали: 42% почали більше дивитися українські фільми/серіали, 46% частково або і повністю відмовилися від російських фільмів, 9% припинили дивитися взагалі, 15% не відчули змін;

– музика: 53% почали більше слухати української музики, 41% частково або і повністю відмовилися від російської музики, 6% припинили слухати, 14% не помітили змін;

– книги / періодика: 38% почали читати більше українських книг, 31% відмовилися від російських, 8% перестали читати, 28% не змінили своєї поведінки;

– you-Tube канали: 39% почали споживати більше українського контенту, 31% відмовилися від російського, 6% припинили споживати, 27% змін не спостерігали;

– блогери: 34% почали більше слухати/читати українських, 26% припинили слухати/читати російських, 10% відмовилися від будь-яких, 30% споживають, як і раніше;

– вебсайти: 35% перейшли на українські сайти, 27% більше не відвідують російські, 8% припинили користуватись цим джерелом, для 29% ситуація не змінилася.

Особливо переконаливо та обнадійливо виглядають наступні дані: 76% вважають, що кількість українського культурного матеріалу за останній рік зросла, 84% відзначили зростання за останній рік інтересу до українського культурного матеріалу в Україні. Це безумовно засвідчує серйозні зміни культурних практик українців під час війни з фокусуванням культурних потреб на національному культурному продукті.

#### **Список використаних джерел**

1. Фільми, книги й You-Tube – як змінилось споживання мистецтва українцями у повномасштабну війну. URL: [https://kiis.com.ua/materials/news/20230320\\_d1/UCBI Culture2023\\_rpt-UA\\_fin.pdf?fbclid=IwAR1cIRBzjcpHY2zTZCr-\\_KEfn30YtMleouZWNOlAioZ-L1apB84glxLtw](https://kiis.com.ua/materials/news/20230320_d1/UCBI Culture2023_rpt-UA_fin.pdf?fbclid=IwAR1cIRBzjcpHY2zTZCr-_KEfn30YtMleouZWNOlAioZ-L1apB84glxLtw)
2. Як війна вплинула на культурне дозвілля молодих українців. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2023/03/15/253324/>
3. Культурні практики населення України під час війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3781679-kulturni-praktiki-naselenna-ukraini-pid-cas-vijni-prezentacia-doslidzenna.html>

***Шершова Тетяна Вікторівна***

*доктор філософії з культурології, асистент кафедри  
кризової психології Полтавського національного  
педагогічного університету імені В. Г. Короленка*

*tatyana.shershova@gmail.com*

*ORCID: 0000-0003-1993-4236*

## **Музичне мистецтво як психотерапевтичний інструмент для подолання кризових станів**

У сучасному світі, де стрес, тривога та депресія стають все більш поширеними проблемами, пошук нових методів психотерапії стає дедалі актуальнішим завданням. Одним з таких методів є музичне

мистецтво, яке в останні роки набуває все більшого визнання як ефективний терапевтичний інструмент.

Кризові стани – це складні та виснажливі періоди життя, які можуть бути спричинені різними факторами, такими як втрата близької людини, стихійне лихо, травма чи війна. У такі моменти люди часто відчують почуття безпорадності, розгубленості та емоційного болю.

У кризових ситуаціях, коли людина переживає стрес, депресію чи страх, спів може допомогти виразити ті емоції, які важко передати словами. Спів – це природний спосіб вираження емоцій, який може допомогти розслабитися, зняти стрес і покращити настрій. Крім того, участь у вокальних групах або хорах може забезпечити відчуття спільноти та підтримки, що є важливим фактором у подоланні кризових станів.

Про цілющий вплив музики було відомо ще з часів Гіппократа та Піфагора. Музика з давніх часів відігравала важливу роль у житті людини, впливаючи на її емоції та почуття. Про це свідчать культурні надбання багатьох народів світу. В добу Античності філософи, мислителі та лікарі вірили в лікувальні властивості музики. Вони вважали, що вона може допомогти подолати різні хвороби та покращити загальний емоційний стан людини. Найважливішим здобутком античності були вчення про етос і катарсис музичного мистецтва [1, 14].

У добу Середньовіччя церковні пісенспіви служили способом наближення до Бога, стаючи посередником між людиною та Творцем. Релігійні мелодії їй досі дають відчуття спокою та духовної просвітленості, допомагають долати біль і смуток, зцілюють від недуг, підтримують у складні моменти та вселяють віру та надію.

В епоху Відродження спостерігалось прагнення гармонізувати внутрішній світ людини за допомогою музики. Після похмурого Середньовіччя вона вийшла за межі духовної сфери та проникла в повсякденне життя звичайних людей, ставши доступною для широкого загалу. В епоху Бароко вишукана музика виконувала естетичну та розважальну функцію. Проте також звучали й народні мелодії у виконанні мандрівних музикантів.

Музика використовувалася і в народній педагогіці, лікування звуком фольклорних пісень мало терапевтичний та психотерапевтичний ефект. З раннього дитинства колискові пісні заспокоювали та зцілювали дітей, захищали їх від стресів та злих духів. Танцювальні ритми хороводів сприяли емоційному збудженню, а звуки музичних інструментів нагадували про звуки природи.

В ХХ столітті дослідження впливу музики на людину набули наукового характеру. Відомий психоневролог В. Бехтерев вивчав вплив музичного мистецтва на організм людини. Виявивши, що вона може усувати втому, заряджати енергією, позитивно впливати на систему кровообігу та дихання.

Л. Виготський, видатний психолог, запропонував оригінальну концепцію катарсису, що поєднує в собі соціально-психологічні та біологічні аспекти. Він розглядає катарсис не лише як емоційне очищення, а й складний процес соціального впливу мистецтва на психоемоційну сферу особистості.

Психотерапевтичний вплив музики досліджували Д. Вуд, Р. Гудман, Е. Кейн, Е. Крамер, Д. Мерфі та інші. Особливості застосування музичного мистецтва як арттерапевтичного методу висвітлюється у наукових розвідках Ю. Бриндікова, О. Брюховецької, М. Качур, Е. Куцин, Д. Стратієнко, Т. Строгаль, С. Терещенко.

Музичне мистецтво може бути використане в рамках психотерапевтичного процесу для розвитку самосвідомості, вираження та розуміння власних емоцій. Через співпрацю з музикою, людина може відкрити для себе нові способи вираження своїх почуттів і думок, що сприяє покращенню комунікації та міжособистісних стосунків.

Існує декілька теорій, які пояснюють, як музичне мистецтво може мати терапевтичний вплив. Одна з них стверджує, що вокал допомагає знизити рівень кортизолу, гормону стресу. Інша теорія доводить, що спів стимулює вироблення ендорфінів, які мають знеболюючий та антидепресивний ефект.

На нашу думку, музика має сакральний сенс, який сягає корінням у глибини людського буття, надаючи їй арттерапевтичну силу, що оздоровлює та надихає. Її життєстверджуючий потенціал здатен гармонізувати психофізичний стан людини. Завдяки явищу резонансу, музика синхронізує частоти звуків з вібраціями біополя та клітин, налаштовуючи таким чином здорове тіло та психічний стан.

Українська музика – особлива, вона, немов дзеркало, відображає душу народу. Її етос пронизаний національними ментальними характеристиками. В основі цього етосу лежить кордоцентричність – прагнення до гармонії, єднання з навколишнім світом. Це виражається в етичності, інтуїтивності, інтровертованості та ірраціональності. Українська музика часто звертається до глибинних почуттів, торкаючись емоційно заряджених тем. Однак душа нашого народу не однозначна, вона сенсорна, логічна, екстравертована та раціональна. Ці риси періодично вириваються на поверхню, додаючи музиці динамізму та контрастності. Саме ця амфотерність – поєднання протилежних начал – стає ключовою рисою етосу української духовної музики. Вона народжує багатство тем, глибину емоцій та неповторну красу, що робить українську музику унікальним явищем світової культури.

Отже, музичне мистецтво дає можливість висловити та опрацювати накопичені почуття, які важко або неможливо вербалізувати. Гармонійні мелодії заспокоюють нервову систему, знижують рівень тривоги й дають відчуття захищеності. Окрім цього, вокальне мистецтво сприяє покращенню пам'яті, уваги, мислення. Успіхи в музичній дія-



льності дають відчуття власної значущості й віри в свої сили. Спільне музикування зближує людей, навчає співпраці та емпатії. Таким чином, музичне мистецтво – це потужний ресурс для нашого емоційного та духовного благополуччя.

#### **Список використаних джерел**

1. Драганчук В. М. Музична психологія і терапія: навч. посіб. для студ. спец. «Музичне мистецтво» / передм. Л. Кияновської; Східноєвр. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. 230 с.

**Шумакова Світлана Миколаївна**

*кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри режисури*

*Харківської державної академії культури*

*<https://orcid.org/0000-0002-2269-3149>*

### **Постдраматичний театр: медіальність у вимірі соціокультурного ландшафту життя**

Трансформаційні зміни, притаманні соціальній реальності сьогодення, актуалізують осмислення соціокультурних «констант», відчуття хаотизації буття у відшуканні нових культурних, соціокомунікативних практик і форм взаємодії. Сьогоднішні поліморфні дискурсивні театральні форми пропонують власні ключі к розумінню культурних процесів, соціальних відносин, головним чином, природи самої людини, залишаючи глядацькій аудиторії безмежний простір і свободу власного розуміння, поза звичним усвідомленням усього й одразу та сталими однозначними міркуваннями, і, навпроти, глибокому сприйняттю.

Сьогоднішній театр – нова територія культури, новий уклад загальної соціокультурної території – як у змістовному, так і в оперативному сенсі – з досить несподіваними явищами, мистецькими та соціальними, які в традиційному ракурсі раніше до театру досить відносно належали, тобто відбуваються метаморфози фундаментального характеру. Метаморфози є незавершеними, відбуваючись у світлі актуальних стосунків театру з навколишнім світом, осягнення соціокультурного ландшафту життя. Практика живого театру набуває форм, що сполучаються з проблематикою, пов'язаною з неймовірно гострими останнім часом стосунками театру із рухливим, мобільним образом сучасності, реалії якої сприяють набуттю медіальності театру в інструментальному й інспіраційному сенсі [1]. Сьогодення насичується різними перетинами неоднозначних смислів – театр стає йому рівним: розширюються межі театрального організму, апелюючи до самоідентифікації театру, який є спроможним запропонувати альтернативну концепцію, погляд, що є осмисленням нового театру, який дивитися сучасним оком, намагається працювати з актуальною філософією, бути в курсі мистецьких новацій, які відбуваються у світі. Новий театр

проти драматизму в її інерційності, втомі, захопленості догмами; проти перецензування процесів, вибудовування педагогіки, яка традиційному театру зазвичай притаманна більше, ніж будь-якому іншому соціальному явищу. Сьогоднішній театр постає носієм зовсім іншого типу енергії – енергії того, що відбувається як «помічене» культурою доби посмодернізму з театральними технологіями в руслі екзистенційних тлумачень культури, генерації багатозначності смислів й утворення конструкцій, які не піддаються звичній аналітиці, деконструкції, деієрархізації як ідейних підвалів.

Медіальність сьогодняшнього театру тягнє до вибудовування нової культури комунікації як мейнстріму театрального простору, в який свого часу проникла культура перформансу (попри те, що перформанс складно був «допущеним» до театру, до театральної дії), так само, як сьогоднішній театральний європейський мейнстрім, постдраматичний театр. Його заклик – навчитися поєднувати старе і нове в тій діалектиці розвитку нового типу, яка сьогодні вимагається від спроб йти в ногу із часом. І треба цю діалектику схопити у внутрішньому розумінні, в усвідомленні нового театру.

Занурення в актуальні комунікативні зв'язки з аудиторією – принциповий стан «життя матерії театру», театру в сучасній медіальній сутності, який декларує пріоритет візуального початку над нині нівельованим вербальним, по суті, як відбиття справжньої театральної революції. Разом з тим, затвердження того, що прикордонні властивості сучасного мистецтва стали невід'ємною, центральною частиною будь-якої театральної дії, крім того, затвердження таких понять, як: «акція», «інсталяція», «об'єкт», «редімейд» тощо. Відповідно, сучасне мистецтво й театр стало перманентно перетинаються, породжуючи інновації в душі креативу мистецького синтезу. У свою чергу, театр породжує сучасні контексти – це означає пов'язаність з розвитком, з саморозвитком, живою пульсацією рефлексії театру над вже наявними рефлексіями у вимірах соціокультурного дискурсу.

Нині стається вибух, виявляється, що сьогодні виразним стовідсотковим цілісним театральним висловлюванням може бути будь-яка мистецька позиція у будь-якій художній канві. Змінюється ієрархія, долається і практично витісняється за межі театрального мистецтва попередня ієрархія, виринає територія мистецького плюралізму, і на ній складаються нові закони, виникає в абсолютно нових зв'язках новітнє розуміння театру. І в театральній культурі виникають нові принципи і критерії. Тому маючи зараз перед собою так складно облаштований ландшафт з постійно пульсуючим конфліктом часів, парадигм, сучасний театр шукає шляхи «реформаційного розвитку».

Таким чином, в осягненні актуалізації театру як медіа одночасне осягнення природи сучасного соціуму, і в цьому криється онтологічне виправдання театру – його найважливішої комунікативної діяльності,

що по-справжньому необхідна сьогодні у світі. Постдраматичний театр сьогодні не цурається складнощів і навіть наполягає на тому, що сучасне мистецтво має бути складним – театром відкритих асоціацій, концептів. І якщо глядач дозволяє «впустити в себе» цю складність, мистецьку плюралістичність, де все є побудованим на мімесисі, грі енергій, кольорів і форм, довіряючи своєму враженню, тоді театр як медіа сприймається глибоко практичним, інтесифікованим комунікантом в руслі інтерпретацій соціокультурної ситуації (бо паралельно змінам наявних реалій постдраматичний театр (в протилежність традиційному) не перетинає межу ілюзорної і реальної дійсності, яка проблематизується), більш того, певно репрезентантом соціальних почи-нань.

Можна констатувати, що невичерпність онтологічного ресурсу соціокомунікативних проявів «рефлексії над рефлексією» театру сьогодні залишає дискурс відкритим для побудови дослідницьких методологій в площині теоретизації.

#### **Список використаних джерел**

1. Lehman H.-Th. Postdramatic Theatre. London New York: Routledge; Frankfurt am Main, 2008. 460 p.

*Бутовська Олександра Володимирівна*  
аспірантка НАКККІМ  
dme2123.obutovska@dakkkim.edu.ua  
<https://orcid.org/0009-0004-0802-1102>

### **Флористичні символи як елемент створення образу в сучасному мистецтві України**

Ураховуючи багату символіку якою історично наділені квіти, різноманіття української флори і те що квіти є невичерпним джерелом натхнення, українські митці охоче використовують їх як допоміжні елементи у створенні складних художніх образів. Квіткові символи нерідко створюють основу для творчих ідей художника та допомагають передати настрої твору, таємний зміст, відображають особисті переживання або спогади.

На використання символіки квітів в художніх творах безпосередньо впливають такі аспекти української культури як усна народна творчість та декоративно-ужиткове мистецтво. За світоглядом українського народу квітка є ідеалізовано-сакральним витвором краси. Саме взаємодія з природою робить квіти невід'ємною частиною побуту українського народу. Можна прослідкувати як квіти та їх символіка еволюціонували від функції оберегу до декоративної, а далі потрапили у творчість народних та професійних майстрів. Можемо побудувати

такий ланцюг: фольклор становить основу народного мистецтва, а наснагою для розвитку фольклору є природа, а квітка є її довершеним вивором.

Творчість сучасних митців часто є самотньою та в першу чергу виражає індивідуальний художній погляд на сучасний світ. Українське мистецтво зараз переживає новий етап розвитку в якому більшість митців намагаються знайти себе в контексті сьгоднішніх подій в країні і світі.

Одним із прикладів взаємозв'язку з етнічним єднанням в мистецтві є творчість художниці Тетяни Русецької. В основу своїх творів мисткиня вкладає ідеї відновлення та збереження традицій української мистецької культури. У своїх перших стилістичних пошуках Т. Русецька використовує образ світового дерева, один із головних символів моделі світу. Український етнолог К. Сосенко говорить, що Світове Дерево є першим світотворчим чинником, як вважає народний світогляд [2]. Традиційно Дерево Життя завжди квітне, що означає сьогденне життя кожного. Всі квіти різні за розмірами, пишністю, кольором чи його інтенсивністю, різні за станом, деякі вже відходять, а деякі тільки розпустились або збираються вийти з пуп'янків. І це все також символічно – бо саме таке різне і наше життя. Найвищі бруньки, що розмістилися на самій верхівці дерева, – це майбутні покоління. Плоди Дерева – символ минулого, людських діянь, звершень тощо. На самій верхівці Дерева зазвичай цвіте квітка, що відособлюється від інших – «Вогонь Життя» [4].

Надихається Тетяна Русецька і самотніми національними народними розписами. Наче з історичного минулого, засобами колажу, єднаються з сучасністю на полотні художниці декоративні квіти, дерева життя, птахи, чаші безсмертя («Райські куці», «Сад Гефсиманський», «Благовіщення», 2013). Сама художниця зазначає що її давно надихає народне декоративне мистецтво та українська вишивка червоним по білому, вишивка гладдю. В цих червоних квітах вона вбачає всю суперечливу та неоднозначну історію України [3].

Сучасне мистецтво не обмежується простором полотна. У наш час багато сучасних митців відмовляються від традиційного живопису, натомість шукають новітні технічні прояви для своїх художніх ідей. Сьгодні художники мають впливати на розвиток сучасних течій та одночасно реагувати на події в країні та світі.

Цікавою з точки зору використання квітів стала виставка української художниці Поліни Чоні «Хімічна реакція». Це проєкт-дослідження де перетинаються мистецтво, наука та природа, в якому художниця піднімає питання дбайливого та свідомого ставлення до природи. Через війну екологічна ситуація в Україні стала критичною. Художниця понад рік експериментувала з натуральними барвниками та текстурами. Ідея полягала в тому щоб дослідити, які кольорові піг-

менти можна отримати з природних матеріалів, що можна знайти на території України. Під час експериментів художниця тестувала кольори паперовими смужками. При взаємодії між собою, чорнила утворювали хімічні реакції, які створювали цікаві текстури та кольорові поєднання. Таким чином у неї виникла ідея використати їх як основу для робіт. Цей проєкт є гарним прикладом сублімації внутрішніх переживань художниці через взаємодію з природою, наукою і мистецтвом [6]. Особливим є і те що під час виставки роботи художниці доповнювали флористичні декорації із натуральних матеріалів. Художники-флористи створили у просторі галереї справжній ліс із мохом, очеретом та папороттю. Вийшла неймовірна квінтесенція: роботи створені за допомогою барвників виготовлених із квітів, зображають квіти і їх художній образ підкреслює і посилює інсталяція створена із живих рослин.

Квіти це універсальний і багатьом зрозумілий символ краси. Саме тому українські художники в такий не простий для нашої країни час уміло використовують яскраві і зрозумілі флористичні символи для привертання уваги світової спільноти до війни в Україні. В Артпроєкті The Wall, українські художники в співпраці з європейськими створили мурали у Відні, Берліні, Женеві, Марселі та Анкарі. Ця співтворчість висвітлює альянс і взаємодію України та Європи – як між окремими людьми, так і між громадами та країнами.

Перший мурал під назвою «The Stripes of Freedom» створили український художник Нікіта Кравцов та французький митець Венсан Паронно [5]. В монументальному творі зображено обличчя жінки голова якої завітчана вінком із сюрреалістичних червоних маків, які мають очі. Із очей самої дівчини ллються стрічки-сльози у кольорах українського прапору. «...Наші сльози стають кулями...» – написав Нікіта Кравцов на своїй сторінці в соціальній мережі інстаграм. Не випадковим є саме зображення маків. Мак – це квітковий символ який під тиском історичних подій трансформувався в нашій культурі. Із фольклору ми знаємо, що мак – символ пишноти, розкоші; червоний цвіт маку – символ дівочої чистоти, молодості, краси; квітка доповнює пишноту вбрання, тому йде на вінки; разом з тим краса маку недовготривала, тому мак символізує й нетривалість людського життя [1, с. 350]. Під впливом історичних подій мак набуває трагічного сенсу і стає символом пам'яті полеглих у війні. Таке тлумачення прийшло до нас із Європи і набуло поширення після Першої світової війни.

Другий мурал під назвою «Flower of Democracy» відкрили у Берліні. Авторами муралу стали український митець Андрій Кальков і німецький вуличний художник DXTR the Weird (Dennis Schuster). Основний фокус у творі зосереджений на зображенні абстрактної квітки соняшника. Тут соняшник символізує фундаментальні права в Європі та демократію в цілому [5]. Зазвичай соняшник митці дуже часто

використовують саме як символ України, символ світла і сонця. По традиції на Маковія разом з іншим квітами і травами святили й соняшники; використовували їх попіл для лікування різних хвороб; лікувальні властивості рослини пояснюють її тісним зв'язком із сонцем [1, с. 567]. Але сьогодні соняшник також є символом пам'яті захисників України.

Ще один прояв квіткового символізму у творчості сучасних митців можна побачити в плакаті воєнного часу. Ілюстраторка Анастасія Гайдаєнко в своїх іронічних роботах зображує українських жінок сильних і непохитних. Для більшого прояву національної ідентичності художниця неодноразово звертається до зображення особливого оберегу і символу українського традиційного вінка. Своєрідною квітковою наукою здавна в Україні було плетення вінків. Вінок – особливий оберег і треба знати з яких квітів його плести і які трави вплітати поруч. Правильне поєднання квітів у віночку завжди несло в собі певну символічну функцію. Вінок з квітів, особливо червоних, – це символ молодості, дівочої чистоти, цноти, кохання та дівування, тому «вінок» (чесність дівчини) здавна глибоко бережеться в родині; також символізує жіночий оберіг – знімає біль і береже волосся; український вінок давно став культурним символом українського народу [1, с. 97].

В рамках виставки «Ательє мрій», організованої Дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ), яка відбулась в Національному центрі «Український Дім», була створена ще одна квіткова інсталяція «Цвіт Дитинства». Авторкою інсталяції, яка зустрічала гостей в атріумі, є мисткиня Ксенія Білик. Цікавим є те, що величезний артоб'єкт, який складається із жовто-білих променів на які нанизані сотні вирізаних вручну квіток, створили діти із різних міст України. Промені тягнуться вгору та символізують життя, юність і зростання попри війну. Юні художники створили ескізи квіток, що символізують мрії, свободу та волю до життя.

Підсумовуючи можемо зробити висновок що сучасні Українські митці використовують квітку для того щоб поєднати українське народне мистецтво з сучасними настроями, звернутися до власного коріння, дитинства, спогадів тощо, висловити свою національну приналежність, передати алегоричний або метафоричний зміст твору та привернути увагу до сучасних подій у країні та світі.

#### **Список використаних джерел**

1. Жайворонек В. В. Знаки української етнокультури : Словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
2. Сосенко К.П. Пражерело українського релігійного світогляду : (з картинами й узорами укр. вишивок). Львів : Живі гроби, 1923. 88 с.
3. Стрельцова С.В. Вплив української етнічної символіки на творчість сучасних митців. Науковий вісник Нац. пед. ун. ім. Драгоманова. Київ : Гілея, 2019, Вип. 142. С. 177-183.
4. Дерево життя як елемент символізму в культурі України. URL: <https://etnoxata.com.ua/statti/traditsiji/derevo-zhizni-kak-element-simvolizma-v-kulture-ukrainy/> (дата звернення 24.04.2024)

5. Українські та європейські художники запускають арт-проект The Wall: у Відні, Берліні, Женеві, Марселі та Анкарі з'являться нові мурали. URL: <https://babel.ua/news/86655-ukrajinski-ta-mizhnarodni-hudozhniki-zapuskayut-art-proyekt-the-wall-u-vidni-berlini-zhenevi-marseli-ta-ankari-z-yavlyatsya-novi-murali> (дата звернення 02.05.2024)
6. Хімічна реакція. Проект дослідження. Поліна Чоні. 2022 URL: <https://chemical-reaction.webflow.io/ukr> ( дата звернення 30.04.2024)

**Гаврилович Сергій Миколайович**  
*аспірант катедри креативних індустрій НАКККиМ*  
*havrylovych@gmail.com*  
*ORCID: 0009-0007-5013-6087*

## **Сучасні виставкові практики: партисипація простору й репертуар зображальної творчості**

Зображальна творчість, як феномен культури, вочевидь, назавжди залишиться одним із дієвих способів, щоб стисло, влучно та естетично вдало донести ідею автора до глядача. Творення образу в уяві та ексклюзивна матеріалізація його у фізичному світі є тим незбагненим до кінця процесом, котрий єднає трансцендентне з явним, сакральне зі звичним, ірраціональне зі свідомим, у результаті якого виникає авторський твір. Осмислюючи сюжет картини чи іншу образну форму, інтерпретуємо їх завдяки сталим світоглядним концептам. Напевне тому образотворче мистецтво постійно рефлексуватиме на події, що вже сталися або відбуваються тепер. Сила творчої думки уможливило зазирнути у майбутнє, можливо дещо фантастичне, проте щире. Така особливість образотворчого мистецтва здатна змоделювати гіпотетичний розвиток полікультурного світу у повоєнний час – проблему, винесену як тему цієї конференції.

Визначення тематично-образного репертуару сучасних міжнародних художніх виставок з участю митців України у контексті партисипативної культури, на котрій вплинула російсько-українська війна. Досягнення мети уможливило гіпотетично прогнозувати деякі ознаки екзистенції художніх процесів у майбутньому, адже вже відтепер ведуться спроби уявити «повоєнний діалог культур».

Вираз «сучасні міжнародні художні виставки» у контексті дослідження потрібно розуміти з хронологічною прив'язкою до глобальних подій. Нижня часова межа – початок спалаху Covid-19 у грудні 2019 р., ізоляції людства у планетарному масштабі упродовж 2020 р., внаслідок чого виникла «доковідна» й «постковідна» періодизація. Верхня часова межа – кінець календарного 2023 р. Аналіз вибраних міжнародних виставкових практик упродовж трьох років є об'єктивною підставою прогнозувати їх тематичний репертуар у майбутньому.

Для досягнення мети поставлено завдання: на основі культурологічного огляду проаналізувати знакові міжнародні виставки образотворчого мистецтва, які представляли Україну. Аналіз допоміг з'ясувати ідейно-образні тенденції експозицій. Опираючись на результати можемо припускати тематичний репертуар виставок у повоєнний час.

Основним джерелом пошуку інформації обрано інтернет-джерела, оскільки саме вони є провідним інформатором (не завжди об'єктивним, тому піддавався критичній оцінці) новин у світовому культурному медіаландшафті. Відповідно використано інформативний підхід й системний метод для відбору корисних відомостей. Порівняльно-історичний метод допоміг побачити динаміку виставкових практик та їхні ознаки трансформації. І, врешті, завдяки компаративізму, семіотичному методу й абстрагуванню вибудовано прогностику розвитку міжнародної галеристики.

Упродовж перших двох років повномасштабної московсько-української війни у міжнародному художньо-експозиційному просторі відбулася справжня активізація репрезентації здобутків мистецтва України. Згодом, як і передбачалося, інтерес до мистецьких процесів в Україні дещо вичерпався через темпоритм інших подій, які щоденно змінюють одні інших, потрапляючи у топновини [1, с. 101].

Безсумнівно, пошук *status quo ante bellum* (довоєнної ситуації) ще тривалий час буде пріоритетним і, відповідно, актуальним в усіх галузях діяльності людства, зокрема й науковій, творчій, побутовій, суспільно-громадській. Для останньої з перелічених галузей функціонування суспільства властиве явище партисипації. Партисипація (з англ. – брати участь) – колективне залучення певного товариства, локальної громади, громадян країни у процеси, які спрямовані на ефективне застосування навичок, покращення комфорту, колегіальне розв'язання соціальних питань. Розрізняють громадську (ангажемент) та публічну (партисипативну) участь у процесах. Виставковим практикам властиві обидві форми залучення громади, проявлених зокрема у благодійності та волонтерстві. Партисипативна культура у контексті експозиційної діяльності України простежується не тільки у добродійних акціях, що засвідчують насамперед людинолюбство загалом (філантропію), а в останні роки й у войовничому патріотизмі, який існує у сув'язі національно-визвольної боротьби з радикальними проявами ненависті до зовнішнього і внутрішнього ворога – мізантропії. Виразним прикладом такого спостереження є активізація продажу картин для збору коштів на воєнні потреби з метою знищення російського агресора. Ця неоднозначність тематики виставкових практик та участі громадськості спричинена як теперішньою воєнно-політичною ситуацією, так і контроверсійною суттю явища партисипації у мистецтві. Адже партисипація у музеях, галереях, публічних просторах вза-



галі трактується як простір спілкування, а не тільки експонування артефактів [7, с. 13]. Простір залучення в експозиційний процес шириться з неймовірною швидкістю завдяки розвитку нанотехнологій, що відповідно уможливило усім охочим брати участь у виставкових практиках дистанційно. Тобто «побувати на виставці», зануритися в атмосферу артівенту чи долучитися до продажу своїх творів можна й віртуально при умові функціонування актуальних посилань. Парадокс пандемії Covid-19 полягає у тому, що, ізоляція суспільства від реальних контактів спричинила масову активізацію й колегіальну участь у подіях онлайн. Відтак острах неефективної взаємодії на відстані не справдився [5].

Важливо зазначити двояку природу міжнародних художніх виставок, у яких беруть участь митці України: одні з таким географічним статусом відбуваються в державі, залучаючи художників із закордону, та, власне, закордонні артівенти, де представлені роботи вітчизняних творців. Є ще третій малопоширений вид відносно локації міжнародних виставок – пересувний: експозиція репрезентується почергово у галереях країн-учасниць. Окрім ознак масштабності та статичності, художні виставки розрізняють за іншими ключовими критеріями: формою репрезентації (реальні, віртуальні); кількістю експонентів (колективні, групові, персональні); тривалістю і періодичністю (тимчасові/постійні, okazійні/регулярні); статусом (самостійні або супровідні); змістом (індивідуальні/колегіальні, спеціалізовані за видом / галузеві за жанром, профільні/універсальні); метою (просвітницькі або торговельні). Важливий також ступінь доступності до огляду виставок – платні чи безплатні. Принагідно зауважимо, що остання категорія доволі поширена, оскільки зазвичай у рамках виставок оголошується можливість придбати твір, а вторговані за нього кошти, згідно з твердженнями організаторів, поступають як пожертва на ЗСУ, або волонтери купують необхідну амуніцію, техніку чи інші потреби на фронт російсько-української війни.

Ще однією ключовою класифікаційною категорією виставкових практик є інституційна: яка саме організація репрезентує твори та де конкретно вони експонуються. Зазвичай до таких інституцій належні музей, галерея, артцентр, амбасада, інший державний чи незалежний громадсько-культурний осередок або, навіть, віртуальна платформа. Митці України беруть участь в усіх розглянутих різновидах художніх експозицій.

Означена класифікація виставкових практик є розгалуженою системою, на яку уявно можемо нашарувати іншу систематизовану закономірність – тематично-образний репертуар виставок. Доволі часто у тематиці виставки явно або алегорично вказано суть артівенту. Саме у назвах експозицій помітні чутливий рефлектор актуальних подій, ретроспективних оглядів, інспірацій внутрішніх переживань, світогляд-

них уявленнь індивідуума чи колективу. Вочевидь цей феномен формус ціннісне поле (аксіосферу) моделей буття кожного індивідуума [4, с. 157]. Їх можемо систематизувати за допомогою світоглядних архетипів (за К. Юнгом) і усталених смислових концептів-образів: дім, поле, мати, воїн, ворог, смерть, життя тощо, які відображені у задумі та конкретній назві виставки [6].

Через повномасштабне вторгнення московитів в Україну 22 лютого 2022 р., що спричинило швидкий відгук громадян і мотивувало величезний патріотичний імпульс, спрямований на захист держави від ворога, відбулася реакція митців насамперед у жанрі плаката [2]. Наприклад, у Школі мистецтв «СПИРОГРАФ» та «Клюбі пань «Філіжанка»», якими опікується Центр Культурно-Мистецьких Ініціатив у Львові відразу було оголошено тему політичного плаката «Плакат – зброя!» [3]. Учасникам вдалося охопити ключові лютневі й березневі події війни 2022 р. У плакатах щонайбільше ілюструвалася крвожерливість росії з її божевільним вождем (концепт ворог/Зло) та, як протилежність цьому – патріотичний дух свободи завжди квітучої та переможної України (концепт воїн/герой/Добро). Тут бачимо й інші, зазначені вище концепти та архетипи, які уніфікують поняття Свобода – Незалежність – Порядок – Індивідуалізм.

*Висновки.* Основна функція міжнародних виставкових практик полягає у виконанні комунікативної місії – зміцнення культурного діалогу із застосуванням м'якої сили дипломатії. Простір художніх експозицій щораз активніше стає поліфункціональним: твори захочують не тільки їх споглядати, а й спонукають говорити про подію. Роль куратора, критика, медійника приміряє на себе як автор твору, так і кожен відвідувач. Партисипативна культура виставкових практик нівелює межі свого функціонування, розширюючи їх у мережі, сягає реального фронту війни у вигляді озброєння, амуніції, інших потреб, які придбані завдяки проданим творам на аукціонах.

Необхідно пам'ятати, що посттравматичний стресовий розлад, яким страждатиме суспільство після війни, кардинально не змінить репертуар зображальної творчості. Він відображатиме усталені художні ідеї, які опираються на архетипи буття: від тематики Звитяги до пошуку гармонії у родині, сім'ї, у собі.

Отже, повоєнний діалог культур у полікультурному світі на прикладі виставкових практик образотворчого мистецтва відображатиме вже відомі сенси існування цивілізованого суспільства. Зміняться форми, та не зміниться зміст.

#### **Список використаних джерел**

1. Гаврилович С. Актуальність репрезентації української художньої культури на міжнародних арт-івентах першої чверті ХХІ століття. XIV Всеукраїнська науково-творча дистанційна конференція «Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології», м. Київ, 19 жовт. 2023 р. Київ, 2023. С. 101–103.
2. Луковська О. Виставкова діяльність українських митців у час війни. Українська культура:

- минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2022. № 42. С. 22–27. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi42.553>.
3. Плакат – Зброя!. Центр Культурно-Мистецьких Ініціатив. URL: <https://artcenter.org.ua/2022/03/23/poster-is-a-weapon/> (дата звернення: 01.05.2024).
4. Садовенко С. Хронотопи аксіосфери української народної художньої культури. Київ : НАКК., 2019. 356 с.
5. Чичасова Н. Партиципация: три приклади взаємодії. Мистецький арсенал. URL: <https://artarsenal.in.ua/things/partysypatsiya-try-pryklady-vzayemodiyi/> (дата звернення: 01.05.2024).
6. Юнг К. Архетипи і колективне несвідоме / пер. з нім. К. Котюк. 2-ге вид. Львів : Астролябія, 2018. 608 с.
7. Bourriaud N. Relational Aesthetics / пер. з фр. S. Pleasance, W. Fronza. Paris : Les Presses du réel, 2002. 128 с.

**Жворонков Марк Михайлович**

*аспірант НАКККіМ*

*ORCID: 0000-0003-3470-3153*

*Науковий керівник: Денисюк Жанна Захарівна,*

*доцент, доктор культурології, НАКККіМ*

## **Мистецтво ілюзійнізму в рамках культурного простору сучасності**

Динаміка культурного розвитку цивілізації сучасності, є досить складним й багатоаспектним соціокультурним механізмом, в процесі якого мистецтво це не тільки двигун до особистісного духовного розвитку людини, але й чіткий, та сформований продукт масового споживання, що в умовах нашого часу є невід’ємною одиницею життєво важливих потреб суспільства, підґрунтям до яких є соціально-економічне благополуччя, а також ментальне здоров’я нації [4].

У даному ключі варто зауважити на утворенні товарів й послуг культурно-інформаційного характеру де сценічно-видовищне мистецтво, розкривається як актуальна форма провідного взаємозв’язку між потребами у дозвіллі, та руху міжкультурних відносин, які в свою чергу також, слугують і засобом до соціокультурної, економічної співпраці. Таким чином видовищна діяльність є доволі унікальною конструкцією розвитку прогресивної держави, у якій культура складає її найвищу цінність, є головним елементом існування й ідентифікації суспільства у просторі глобальних трансформаційних викликів сьогодення [1].

Торкаючись питань щодо креативного вираження культури у аспекті соціального простору нинішнього модернізованого суспільства, зазначимо на прояві мистецтва ілюзійнізму як на передовому феномені візуально-видовищної діяльності, що спроможна слугувати у вигляді дієвого пристрою комунікації й обміну інформації шляхом утворення ігрових, візуальних творів художнього наповнення, виключно через конкретні образи, диктуючи ідеї й сенси світогляду цивілізації [2].

Досліджуючи рух мистецтва ілюзіонізму у розрізі індустрій розваг ми можемо стверджувати на тому, що виявлена сценічно-мистецька практика є доволі популярним продуктом культурного споживання, що на відміну від більшості інших естрадних й циркових видів видовищної діяльності, має в собі характерну властивість до пристосування в умовах глобальної кризи, такої як пандемія, або війна [3].

Аналізуючи зазначену проблематику, а саме рух мистецтва ілюзіонізму в рамках змін глобального культурного простору, слід звернути увагу на українських практиків, митців, на проєкт під назвою «Магічні Брати» [7], які під час повномасштабної війни в Україні, створюють культурні заходи, концерти-турне навколо міст й сіл збираючи кошти на допомогу Збройним Силам України та підтримуючи українське населення, просуваючи виключно українську культуру шляхом репрезентації явищ ілюзіонізму.

Останні шоу які ми можемо спостерігати в аспекті виявленої діяльності у складі таких артистів як : Артур, та Дмитро Томашевські, це старт нового турне, який охоплює до 30 арт майданчиків в Україні під назвою «ДИBOVISION» квитки на шоу якого можна придбати з 17 травня аж до 30-го 2024 року [6]. У даному ключі, відмітимо й особливі відмінності зазначених заходів у руслі прес-релізу, або рецензії, що описує виявлені концерти як феномен асиміляції сучасних технологій та видовищних практик мистецтва ілюзіонізму у межах візуальної цифровізації, графіки й сучасного підходу до зазначених сценічно-перформативних явищ соціокультури [9].

Суголосно даному дослідженню, нам варто відмітити і рух міжкультурної комунікації у якому явища ілюзіонізму, відкриваються як досить дієва культуро-мистецька модель у форматі маркетингу й стратегічно-політичних відносин, а саме у розрізі актуальних прикладів виявленого спостереження, відмітимо дитячо-юнацький табір, котрий розташований у Болгарії в місті Кітен під назвою «Табір Разом» [8]. Зазначений табір, несе в собі більш комерційний характер, але є унікальною організацією потреб дозвілля й освіти, що проводить міжнародні дитячі мистецькі фестивалі у рамках Євросоюзу, розповідаючи про культуру й суспільство України для європейського споживача.

У даному руслі, зауважимо на студенті Київської муніципальної академії естрадного та циркового мистецтв, кафедри ілюзії та маніпуляції Віталій Кушак, який з 2022-го по 2023 роки, проходив мистецько-освітню практику видовищ ілюзіонізму шляхом активної участі в концертах та інших заходах культури, просуваючи ідею унікальності української молоді [5].

Отже, на прикладі аналізу діяльності практиків ілюзіоністів в Україні під час глобального військового конфлікту, ми спроможні стверджувати на тому, що мистецтво ілюзіонізму, не дивлячись на його досить складну специфіку, а також природу існування, своєрідні

залежності від особливої культурно-креативної взаємодії шляхом створення виняткового технічно-мистецького простору, є все ж доволі гнучким і багатофункціональним інструментом, який незалежно від складних соціально-економічних умов, залишається більш акліматизованим феноменом видовищної культури, є досить функціональним явищем розваг й дозвілля, яке незалежно від процесу глобальних світових змін, залишається досить актуальним видом сценічно-перформативних практик. Митці виявлених видовищ, беруть активну участь у різноманітних благодійних заходах й проєктах підтримуючи духовно-ментальний стан суспільства, незважаючи на, можливості й реалії сьогодення в яких існує наша країна, таким чином ми спроможні відмітити стан перспективності даного феномену у просторі сучасної соціокультури.

### Список використаних джерел

1. Бабушка Л. Д. Festive видовище як феномен візуалізації медіа культури. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2017. Вип. 38 С. 3–14.
2. Кириченко К. О. Синтез мистецтв у культурі постмодерну: комунікативний аспект: кваліфікаційна робота на здобуття ступення вищої освіти «бакалавр» / Міністерство освіти і науки України; Херсонський держ. ун-т. ф-т культури і мистецтв, кафедра культурології. Херсон :ХДУ, 2020. 74 с.
3. Тучковська І. І. Особливості організації анімаційної діяльності в індустрії гостинності . Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 23. С. 155-159;
4. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури: монографія: вид. друге перероб. і доп. Київ: НАКККІМ, 2016. 353 с ;
5. Віталій Кушак URL : [<https://vmeste-camp.com/our-team/komanda-gornichnyx/>] (дата звернення 02 травня 2024 рок).
6. ДИВОВІЗИОН. Шоу URL: [<https://kamenskoe.karabas.com/ua/ilyuzion-shou-vid-magic-brothers-divovision-7/>] (дата звернення 01 травня 2024 року).
7. Марічні брати. URL : [<https://glavcom.ua/kyiv/news/ukrajinski-iljuzionisti-brati-tomashevski-vlashtuvali-v-kijevi-novorichnu-fejeriju-975656.html>] (дата звернення 01 травня 2024 року).
8. Табір Разом URL : [<https://vmeste-camp.com/>] (дата звернення 02 травня 2024 рок).
9. Ілюзіон шоу URL : [<https://concert.ua/uk/event/divovision-khmelnyskiy>] (дата звернення 01 травня 2024 рок).

**Іллюша Вероніка Геннадіївна**

*аспірантка кафедри мистецтвознавчої експертизи НАКККіМ*

*ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0372-1436>*

*Web of Science ResearcherID*

## **Імерсивні технології у музейно-виставкових практиках сучасності**

Світ дигіталізується і все більше повсякденних дій виконується в цифровому просторі. Ці зміни не оминули і мистецтво. Розвиток сучасних його форм демонструє зацікавленість багатьох митців та менеджерів артринку, музейних закладів в цифрових проєктах, існування яких все частіше пов'язано з кіберпростором. В мистецтві імерсив-

ність – це не тільки нові мистецькі практики, а й переосмислення старих творів, доповнення до виставок, музейних експозицій тощо. Сьогодні більшість світових музеїв пропонують 3D-тури з багатомовним аудіогідом, оцифровані фонди та віртуальні виставки; артринок пропонує нет-арт митцям нові виставкові простори та майданчики для експонування та продажу цифрових творів; аукціонні будинки проводять продажі онлайн; створюються цифрові мистецькі проекти та широко розповсюджуються імерсивні культурні практики.

Це нове середовище вимагає адекватного вивчення та аналізу з точки зору академічної та практичної зацікавленості у віртуалізації мистецтва, що стає невід'ємною частиною сучасної культурної і мистецької практики.

Віртуальна екскурсія Лувром демонструє більш ніж 400 тисяч експонатів. Потужний з точки зору технологій – музей Кремера. Його експозиція містить 74 картини старих голландських і фламандських майстрів із колекції, доступ до якої можливий виключно за допомогою технології віртуальної реальності (VR). Україна теж відзначилась досвідом у мережі Інтернет. Так, згідно зі звітом Мистецького арсеналу за 2021 рік, з осені 2020 року виставки супроводжуються 3D-туром із вбудованим аудіогідом, відеороботами митців. Відвідуваність цих віртуальних турів Мистецького арсеналу за 2021 рік сягнула майже 9 тисяч унікальних переглядів [1]. А у 2022 році кількість онлайн-відвідувачів досягла 350 662 особи в порівнянні з 12 172 офлайн відвідувачами того ж року [2].

Крім того, в Україні вже реалізовано культурні проекти, пов'язані з імерсивними технологіями. Головними з них є створення проекту «Україна поруч» на Google Arts & Culture, Віртуального музею нематеріальної культурної спадщини України. Також в Україні для популяризації культури, науки та музейної справи діє проект «Музейний портал», який пропонує віртуальні тури найкращими музеями України. В рамках цього проекту створюється база пам'яток та фондів музеїв. Така база даних є корисною для дослідження творів мистецтва, поширення інформації про національну культуру, для реставрації та реконструкції втрачених об'єктів і в процесі реституції. Через доступний сервіс демонстрації результатів оцифрування проект сприяє інтеграції музейної галузі.

Цікавим досвідом використання віртуальної реальності в Україні стало використання її на офлайн-виставці «Подолання гравітації» в Мистецькому арсеналі, де була можливість потрапити до будинку мисткині Параски Плитки-Горицвіт завдяки VR-окулярам.

Музей історії Києва створює віртуальні екскурси з залученням відео та 3D. Одним із гучних його проєктів є гіперреалістичний «Чорнобиль 360», який показували в ООН. В іншому проєкті завдяки технологіям можна побачити архітектуру Києва початку ХХ ст на віртуальній екскурсії

«Хрещатик 1913 року», втіленій музеєм історії Києва на основі досліджень історика-києвознавця Кирила Третяка. Це допомогло зробити цікавий музейний продукт і по-новому використати наукові дослідження [3].

27 жовтня 2023 року відбулась перша віртуальна екскурсія віртуальним Музеєм вкраденого мистецтва від Linza agency. Цей музей став відлунням війни, коли багато пам'яток фізично знищені або викрадені. В ньому експонуються цифрові копії втрачених пам'яток [4].

Міжнародна рада музеїв (ICOM) підіймає питання гіперкомунікації, різноманітності та інклюзивності в підходах до формування нової аудиторії музеїв, технологічного розвитку, переосмислення та інновацій. Згідно їх звітам, під час пандемії багато музеїв розширили свою комунікацію з користувачами в цифровому полі [5].

Опитування Museum Innovation Barometer 2021 показало, що переважна більшість респондентів вважають інноваційні технології важливим фактором для успіху музею [6]. В умовах нової музейної концепції кожен зможе розширити свої знання та широту погляду з будь-якої точки світу. Побачити музеалії в гарній якості та навіть «потримати» їх за допомогою новітніх пристроїв, отримати компетентну інформацію щодо них, історії їх появи та розвитку, трансформацій, можливого застосування.

Творчість таких українських митців нет-арту, як Нікіта Кадан, Юрій Кручак, Юлія Костерева, Маша Шубіна, Лера Полянскова, Іван Світличний, Макс Роботов, Тамара Грідяєва, Андрій Ліник та інших зумовили створення віртуальних експозиційних просторів на кшталт експозиційного середовища «Шухляда», артпроєкту «Артефакт». Тому що митцям важливо мати технічні умови для демонстрації їх робіт. Серед виставкових проєктів, що представляють мистецтво нових технологій та медіа-арт, «Виставка сучасного цифрового мистецтва Ubiennale», на якій представили VR, AR, відеоарт, NFT експонати митців з понад 10 країн, фестиваль FRONTIER VR Art Festival тощо.

Представники сучасного мистецтва впевнено освоюють простір метавесвітів. Прикладом створення галереї у метавесвіті є 3D-тур проєкту тимчасового виставкового простору 2022 року Module of Temporality (Модуль Тимчасовості) [7]. Де реалізовано не звичайний оглядовий тур, а впроваджено ігрові технології. Завдяки додатку можна увійти в простір галереї і рухатись ним, роздивляючись експозицію, вибирати і налаштовувати свій аватар. Користувач може підбирати різний одяг, обличчя для аватару або створювати свій за допомогою веб-камери чи телефону.

У звичайних людей з'явиться можливість дослідити твори та предмети, які не демонструвались через різні об'єктивні причини. Адже дигіталізація вже розглядається як додатковий засіб збереження знань, даних, предметів, демонстрації того, що вже не може бути експонованим через фізичний знос. Також це залучення нової аудиторії

музею, впровадження культури та історії у життя молодого покоління. В. Волинець зазначає, що «сформувалася «критична маса» людей, переважно в молодіжному середовищі, для яких віртуальна реальність як прояв цифрової культури стала звичною та невід’ємною під час сприйняття світу, мислення та способу життя» [8, 122]. Користувачі зможуть отримувати справді корисну і правдиву інформацію про світ (мистецтво) у цікавий для них спосіб, що допоможе краще засвоїти ці знання та культивувати бажання продовжити пізнавальний процес. Що позитивно вплине на рівень обізнаності суспільства і, як наслідок, до зростання фінансування сфери.

Всебічне дослідження імерсивних практик допоможе пришвидшити трансформацію не тільки українських музеїв, а й світових через поширення досвіду. Також це сприятиме глобалізації та систематизації світових наукових знань і інтеграцію української культурної сфери у світові тренди.

З вище зазначеного видно, що віртуальні експозиції здатні привертати увагу до різних видів мистецтва, породжуючи нові форми взаємодії з користувачами. Що допомагає зберегти для нащадків мистецтво, ремесла та культурну спадщину, зробивши доступ до інформації легшим та інклюзивнішим.

Віртуальний музей має і соціокультурний вплив. У людей з обмеженими можливостями будь то фізичними чи фінансовими буде можливість побачити і дослідити експозицію музеїв, отримати доступ до більшої кількості інформації про мистецтво і культуру різних країн. Що допоможе урівняти різні групи населення в їх правах і можливостях. Віртуальний музей – це не тільки форма розвитку інтерактивності, а й потенціальний спосіб розвитку комунікації між відвідувачами.

#### Список використаних джерел

1. Річний звіт Мистецького арсеналу за 2021 рік. Мистецький арсенал. URL: [https://artarsenal.in.ua/wp-content/uploads/2022/06/MA\\_Zvit\\_2021-1.pdf](https://artarsenal.in.ua/wp-content/uploads/2022/06/MA_Zvit_2021-1.pdf) (дата звернення: 03.05.2024).
2. Мистецький арсенал у 2022 році. Мистецький арсенал. URL: <https://artarsenal.in.ua/povidomlennya/mystetskyj-arsenal-u-2022-rotsi/> (дата звернення: 03.05.2024).
3. Музей історії міста Києва : веб-сайт. URL: <https://kyivhistorymuseum.org.ua/uk/> (дата звернення: 01.05.2024).
4. Музей вкраденого мистецтва : веб-сайт. URL: <https://www.museumofstolen.art/> (дата звернення: 01.05.2024).
5. Museums, museum professionals and COVID-19: survey results. ICOM, November 2020. URL: [https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/11/FINAL-EN\\_Follow-up-survey.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/11/FINAL-EN_Follow-up-survey.pdf) (дата звернення: 01.05.2024).
6. Giannini, T.; Bowen, J.P. Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID-19. *Heritage* 2022, 5, 192-214. <https://doi.org/10.3390/heritage5010011>.
7. Модуль тимчасовості (MOT) : веб-сайт. URL: <https://moduleoftemporality.com/> (дата звернення: 01.05.2024).
8. Volynets, V. (2020). Новий зміст і потенціал віртуального музею. Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері, 3(2), 122–133. <https://doi.org/10.31866/2617-796x.3.2.2020.220582>



*Ищенко Костянтин Юрійович*  
*молодий науковий співробітник, аспірант*  
*кафедри мистецтвознавчої експертизи НАКККІМ*  
*ishchenkonstantin@gmail.com*  
*ORCID: 0000-0002-3260-6678*

## **Штучний інтелект, як інструмент цифрового мистецтва**

Створення Штучного інтелекту (далі – AI) стало важливим аспектом розвитку сучасних технологій, що змінюють наш спосіб життя, роботи та взаємодії один з одним у повсякденні. У даній статті маємо на меті дослідити перетин AI та сучасного цифрового мистецтва, досліджуючи, як AI може бути використаний в якості інструменту для створення інноваційних та захоплюючих форм цифрового мистецтва. Для початку необхідно визначити ключові терміни, що використовуватимуться в нашому дослідженні. Таким чином, **штучний інтелект (AI)** – відноситься до розробки комп'ютерних систем, які можуть виконувати завдання, що зазвичай вимагають використання людського інтелекту, наприклад: навчання, вирішення проблем та прийняття рішень. Системи AI можуть бути розроблені для імітації людської поведінки, що дозволяє їм адаптуватися до нових ситуацій та покращувати свою продуктивність з часом. Визначивши поняття AI, варто зазначити, що Цифрове мистецтво – є широким терміном, який охоплює різні форми творчого вираження за допомогою цифрових інструментів та технологій. До таких технологій можна віднести: цифровий живопис, скульптуру, фотографію, анімацію та інші форми візуального та інтерактивного мистецтва.

Одним із найважливіших досягнень в галузі дослідження AI являється розробка нейронних мереж (NN), які моделюються за структурою та функцією людського мозку. Нейронні мережі складаються із взаємопов'язаних вузлів або «нейронів», які обробляють та передають інформацію. Це дозволяє їм вчитися застосовуючи оброблені раніше дані, таким чином покращуючи свою продуктивність з часом. Існує кілька типів нейронних мереж, до них відносять:

1. Прямі мережі – це найпоширеніший тип NN, де дані протікають лише в одному напрямку, а саме від вузлів вводу до вузлів виводу інформаційних даних.

2. Рекурентні нейронні мережі (RNN) – це мережі, що мають зворотні з'єднання, яке дозволяє їм обробляти послідовні дані та підтримувати внутрішній стан мережі.

3. Згорткові нейронні мережі (далі – CNN) – це мережі розроблені для обробки даних із сітчастою топологією, наприклад, таких як зображення, за допомогою згорткових та пулінгових шарів. Згорткові шари використовуються для виявлення різних особливостей на вхідних даних. Вони застосовують фільтри, які «проходять» по вхідному зобра-

женню, виявляючи його особливості, такі як краї зображення, кути та форми. Таким чином, коли до візуального матеріалу застосовуються фільтри, ми отримуємо згорнуте зображення.

Пулінгові шари (або шари підвибірки) використовуються для зменшення розміру даних, що надходять від згорткового шару. Це зменшує обчислювальну складність моделі та допомагає уникнути перенавчання у даного типу NN. Шар пулінга вибирає максимальні значення у кожній ділянці карти ознак. Ці два типи шарів часто чергуються в архітектурі CNN, що дозволяє мережі вивчати все більш складні особливості вхідних даних.

Нейронні мережі мають численні застосування в різних галузях, наприклад:

1. **Розпізнавання зображень** – NN можуть бути навчені розпізнавати об'єкти, сцени та дії, як на зображеннях, так і на відео.

2. **Обробка природної мови (NLP)** – NN можуть використовуватися для завдань, таких як переклад мови, аналіз настрою та узагальнення тексту.

3. **Гра в ігри** – NN можуть використовуватися для гри в складні ігри, такі як шахи та покер.

Поєднання нейронних мереж та цифрового мистецтва призвело до створення інноваційних та захоплюючих форм мистецтва. До таких видів мистецтва належать:

1. **Генеративне мистецтво** – NN можуть використовуватися для генерації нових та унікальних творів мистецтва, таких як зображення, музика та поезія.

2. **Художні співпраці** – NN можуть співпрацювати з митцями для створення нових інноваційних форм мистецтва, таких як картини або скульптури, згенеровані за допомогою AI.

3. **Інтерактивне мистецтво** – NN можуть застосовуватися для створення інтерактивних художніх інсталяцій, які реагують на введення даних користувача та адаптуються до нових ситуацій.

Використання нейронних мереж у цифровому мистецтві має ряд переваг. Вони дозволяють нейронним мережам бути корисними інструментами для цифрового мистецтва, надаючи митцям можливості створювати нові інноваційні роботи з більшою швидкістю та ефективністю. До прикладу, можемо виокремити наступні переваги:

1. **Прискорення генерування візуального контенту** – нейронні мережі можуть прискорити процес створення нових унікальних робіт, що є корисним для цифрового мистецтва, де швидкість та ефективність являються важливими аспектами.

2. **Можливість комбінувати різні програми** – нейронні мережі можуть використовуватися для комбінування різних програм та технологій, що дозволяє створювати нові інноваційні форми цифрового мистецтва.

3. **Ефективність** – нейронні мережі можуть бути використані для вирішення трьох основних типів задач у цифровому мистецтві: прогнозування, класифікація та моделювання, що дозволяє досягти більш високого рівня ефективності у створенні нових робіт.

4. **Можливість аналізу економічних показників** – нейронні мережі можуть аналізувати економічні показники у цифровому мистецтві, що дозволяє митцям краще зрозуміти та передбачати результати їхніх робіт.

5. **Можливість створення інноваційних знаків** – нейронні мережі можуть створювати інноваційні знаки та символи, корисні для цифрового мистецтва, де нові та унікальні ідеї є важливими.

6. **Можливість комбінувати різні форми мистецтва** – нейронні мережі можуть комбінувати різні форми мистецтва, такі як графіка, музика, або поезія, що дозволяє створювати нові інноваційні форми цифрового мистецтва.

7. **Можливість створення змішаних медіартів** – нейронні мережі можуть бути використані для створення змішаних медіа-артів, які поєднують різні форми мистецтва, такі як графіка, музика, або поезія.

8. **Можливість створення інтерактивних інсталяцій** – нейронні мережі можуть використовуватися для створення інтерактивних інсталяцій, які реагують на дії користувача, що є корисним для цифрового мистецтва, де інтерактивність є важливим аспектом.

9. **Можливість створення нової та унікальної графіки** – нейронні мережі використовуються для створення нової та унікальної графіки.

10. **Можливість створення нових інноваційних форм цифрового мистецтва** – нейронні мережі можуть бути використані для створення нових інноваційних форм цифрового мистецтва, що є корисним для цифрового мистецтва, де інновації є важливим аспектом.

Підсумовуючи вищенаведене, штучний інтелект має потенціал революціонізувати галузь цифрового мистецтва, дозволяючи створювати інноваційні та захоплюючі форми вираження. Нейронні мережі, зокрема, показали великі можливості в цій галузі, зі застосування в розпізнаванні зображень, обробці та перекладі мови та грі в ігри. Оскільки AI продовжує розвиватися, ймовірно, що ми побачимо ще більше інноваційних та творчих застосувань нейронних мереж в цифровому мистецтві. Майбутні напрямки досліджень в цій галузі включають дослідження нових типів нейронних мереж, розробку більш складного мистецтва, створеного за допомогою AI, та дослідження потенційних соціальних та етичних наслідків AI в цифровому мистецтві. Таким чином, розвиток і використання штучного інтелекту, як у повсякденному житті, так і безпосередньо з метою створення нових форм і структур у галузі цифрового мистецтва вже зараз відчутно змінює нашу картину світосприйняття і надає можливості у візуалізації втрачених об'єктів

культурної спадщини, які можливо відтворити у цифровому просторі завдяки застосуванню інструментів NN.

#### **Список використаних джерел**

1. What is a Neural Network? – Artificial Neural Network Explained – AWS (amazon.com)
2. Згорткові нейромережі: що це і для чого вони потрібні? | MarkupUA (markup-ua.com)
3. Навчання згорткової нейронної мережі з Keras | Заняття 4 (kpi.ua)
4. Нейронна мережа <https://www.perplexity.ai/>

***Карасьова Єлизавета Василівна***  
*здобувачка бакалаврського рівня вищої освіти  
спеціальності менеджмент соціокультурної діяльності  
Київського національного університету культури і мистецтв  
lissstetty@gmail.com*  
*Науковий керівник: Григорчук Тарас Васильович,  
кандидат педагогічних наук, доцент*

### **Мерчандайзинг у сучасному культурному просторі**

На сьогоднішній день культура мерчу є широко розвиненою в багатьох сферах: музична, кінематографічна, корпоративна, спортивна тощо. Головна цінність, яку нам надає мерч – це відчуття приналежності до того, що нам подобається, будь то музичний гурт, серіал чи спортсмен. А компанії в свою чергу використовують корпоративний мерч для створення позитивного емоційного зв'язку та лояльності з боку працівників і клієнтів.

Джордан Гастер, голова A&R (Artists and repertoire) відділу у Sandbag, компанії, що спеціалізується на мерчандайзингу та електронній комерції, каже, що за останнє десятиліття мерч став набагато більш пріоритетним. Артисти заробляють більше грошей на своєму мерчандайзі, ніж на записі пісень. Попит збільшився під час пандемії, коли зник потік доходу від живих концертів. Everpress, ринок, де креативники продають обмежені тиражі сувенірної продукції та друкують лише те, що замовляють, повідомив про подвоєння продажів під час пандемії та оцінив, що близько 25% футболок, які він продає, належать музикантам або звукозаписним компаніям. [1]. В такий складний та ізольований період, як пандемія, єдиним способом для фанатів бути ближче до улюблених виконавців був мерч. А для артистів це був рятувальний спосіб заробітку за відсутності турів. Тож можна назвати сувенірну продукцію справжньою подушкою безпеки в даній ситуації. Та це не єдиний раз, коли мерч рятує.

У 2022 році на початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, британський рок-гурт Pink Floyd випустив благодійний мерч на підтримку України. До мерчу увійшли футболки, толстовки, шопери та інші аксесуари. Один з принтів на речах – картина художниці

Сани Шахмурадової «Захисники Херсона». Реліз відбувся після виходу пісні Hey Hey Rise Up, для запису якої музиканти взяли уривок української народної пісні «Ой у лузі червона калина» у виконанні Андрія Хливнюка, лідера гурту «Бумбокс». [2]. Завдяки цьому музиканти змогли зібрати майже 600 тисяч доларів допомоги українцям. [3].

В свою чергу німецький панк-рок-гурт Toten Hosen також запустив продаж мерчу на підтримку України. За три тижні було зібрано 250 000 євро на допомогу українським біженцям. Мерч так швидко розбирали, що на сайті було повідомлення: «У зв'язку з величезним попитом на наші футболки солідарності з Україною, можливі затримки з доставкою, всі наші відділення працюють з замовленнями». [4].

Глобальні світові зміни завжди мають вплив, зокрема на сферу культури.

Розвиток сучасних технологій дарує нам все більше див. Тому зараз можна придбати й навіть створити власну футболку з цифровим контентом. NFC Smart Merch – це форма мерчандайзингу, яка використовує технологію NFC (Near Field Communication) для створення інтерактивного досвіду для споживачів. Цей тип мерчу може бути дуже різноманітним: від футболок і дощовиків до рюкзаків і блокнотів. Основна особливість полягає в тому, що вироби мають вбудований чип NFC. Вони дозволяють зберігати різноманітну інформацію в невеликому просторі без джерела живлення. Користувачі можуть сканувати NFC-мітку за допомогою свого смартфона і отримати доступ до ексклюзивного контенту, знижок, розіграшів або інших переваг. Крім того, теги NFC зазвичай дуже маленькі, тонкі та гнучкі, що дозволяє їх легко обробляти на текстилі та прати, як звичайні речі. [5]. Кожен тег має власний ідентифікаційний номер (UID), який робить тег, а отже, і продукт унікальним. UID може бути захищений і керований центральною базою даних, що робить продукт стійким до підробок. [6].

Живучи в світі цифрових технологій, можна навіть купити футболку, якої фізично не існує. Репер Тревіс Скотт на своєму віртуальному концерті у відеогрі Fortnite продав мерч для аватарів гри, заробивши, як повідомляється, 20 мільйонів доларів. [1].

Клієнтська спрямованість стає все більш важливою для шоу-бізнесу та зокрема мерчандайзингу. Індивідуалізовані пропозиції та персоналізований контент дозволяють залучити аудиторію на більш глибокому рівні. Створення унікальних продуктів мерчу, які відображають індивідуальні інтереси фанатів або можливість для аудиторії брати участь у процесі творення – створюють міцний зв'язок між артистом і фанатами та будують довіру.

#### Список використаних джерел

1. Lauren Cochrane. I'm with the brand! How merch saved the music industry. The Guardian. 21 жовтня 2022. URL: <https://www.theguardian.com/music/2022/oct/21/im-with-the-brand-how>

- merch-saved-the-music-industry
2. Pink Floyd випустили благодійний мерч на підтримку України. Cases media. 18 травня 2022. URL: <https://cases.media/news/pink-floyd-vipustili-blagodiinii-merch-na-pidtrimku-ukrayini>
  3. Поліна Горлач. Pink Floyd зібрав для України майже 600 тисяч доларів. Суспільне культура. 26 грудня 2022. URL: <https://suspihne.media/culture/346550-pink-floyd-zibrav-dla-ukraini-majze-600-tisac-dolariv/>
  4. Анна Нагорна. Pink Floyd, Metallica, Måneskin та інші. Як рок-зірки підтримують Україну та збирають кошти на допомогу. Dev.ua. 9 квітня 2022. URL: <https://dev.ua/news/pink-floyd-metallica-maneskin-ta-inshi>
  5. Мерч. WeLoveBrands. URL: <https://welovebrands.com.ua/ua/glosarij/merch-brendu/>
  6. NFC in clothing – digitalisation of the clothing industry. NFC-tag-shop. 08.11.2023. URL: <https://www.nfc-tag-shop.de/info/en/knowledge/nfc-applications/nfc-in-clothing-digitalisation-of-the-clothing-industry/>

***Котеленець Катерина Михайлівна***

к.соц.н., доцент кафедри філософії та соціології  
«Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка» (м. Полтава)

*Lnu.katemix@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3126-1137>*

***Копотілов Максим Володимирович***

здобувач вищої освіти 3 курсу першого (бакалаврського) рівня  
ДЗ «Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка» (Полтава, Україна)  
*kopotilov.maxim@gmail.com*

**Мистецтво графічного дизайну і філософія  
в існуванні глобального культурного простору**

Українська культура відзначається своєрідністю та багатством, що формувалися протягом віків. Фольклор, народні традиції і звичаї відіграють важливу роль у її розвитку, надаючи їй особливого колориту і чарівності. Це особливо видно у мистецтві, де українські майстри втілювали народні мотиви та образи у вишивці, різьбленні, килимах, писанках та інших прикладах народного мистецтва. Це надає українському мистецтву неповторного характеру і показує глибину та багатство української культури.

Українська культура переживала складні періоди в своїй історії. Це було особливо помітно під час радянських періодів історії України та сьогодення. Українські культурні діячі зазнавали політичних переслідувань, цензури, втрати свободи слова та вираження своїх ідей. Однак вони лишалися непорушними й віддавали перевагу своїй культурі та ідеалам, що мала ключове значення для збереження та розвитку української національної ідентичності. Поняття «культура» спочатку зустрілося у творах одного з авторів знаменитого римського оратора Цицерона (45 р. до н.е.). Пізніше слово «культура» отримало більш

широке значення, охопивши сукупність традиційних благ і цінностей, створених людством. Таким чином, у найбільш загальному розумінні, культура – це результат творчої діяльності людей.

Коли під час наукового дослідження треба визначити специфіку якої-небудь сфери діяльності, то на допомогу приходять філософія. Завдання в яких вирішується в межах досліджень, використовується філософія, в тому числі філософія мистецтва.

У своїй книзі доктор філософських наук, професор О. Рябініна у розділі «Специфіка мистецтва» зазначає, що: «Питання про сутність краси вельми непросте і являє один із вимірів основного питання філософії» [5, с. 255].

Філософія допомагає нам розуміти, що графічний дизайн не лише створює естетичні об'єкти, але і є важливим засобом вираження ідей, цінностей та ідеалів суспільства. Вона допомагає розкрити глибинні філософські аспекти мистецтва, які впливають на наше сприйняття світу і сприяють розвитку культурної та моральної свідомості. Філософське осмислення мистецтва графічного дизайну допомагає нам краще розуміти його вплив на сучасне суспільство та відчувати глибше його значення для формування нашої культурної ідентичності.

Задаючись питанням «Що об'єднує філософію і мистецтво?» О. Проценко пише: «Філософія та мистецтво пов'язані із соціальністю, з суспільним, публічним існуванням людини. І філософія, і мистецтво є способами збереження та продовження свідомих станів живильних форм культури» [4]. «Людина всіляко прагне уникнути травматичних аспектів долі, прагне полегшення, втіхи. Для цього, за Шопенгауером, є» один з двох способів: «мистецтво, здатне затримати біг болю, причини страждань» [3, с. 9].

Філософія і мистецтво дійсно мають важливі спільні риси. Філософія та мистецтво відображають етичне та естетичне сприйняття світу людиною. Вони досліджують і відтворюють духовне життя суспільства і є формами суспільної свідомості. Оскільки людина є творчою істотою, і її філософське мислення віддзеркалює постійне прагнення до мудрості, обидва ці напрямки можуть взаємодіяти і доповнювати один одного у сприйнятті світу.

Поняття «культура» є ширшим за «мистецтво», оскільки охоплює весь спектр творчої діяльності та продукти цієї діяльності. Розглядаючи графічний дизайн як частину мистецтва, погоджуємось, що він є важливим елементом культури, що відображає та обмінює думки, цінності та смаки суспільства. Він відображає дух часу та культурні особливості епохи, у якій створений. Таким чином, графічний дизайн є одним з проявів мистецтва, що відтворює культурні та історичні контексти свого часу.

Світ мистецтва – великий і різноманітний. Графічний дизайн – це сучасне мистецтво, яке використовує різноманітні види графіки для

створення об'єктів, таких як плакати, листівки, логотипи, візитки, веб-сайти та інше. Основна мета графічного дизайну полягає в тому, щоб поєднати естетичність з функціональністю в одному виробі. Графічний дизайн вражає своєю різноманітністю кольорів, форм і образів. В ньому, як у дзеркалі, відображаються події і думки людей.

Мистецтво графічного дизайну, відіграє важливу роль у духовно-му житті суспільства. Це форма мистецтва, що дозволяє людям впливати на світ навколо себе та розвивати в собі творчість. Це являє собою значний фактор виховання і важливу складову духовної культури суспільства, завдяки особливостям свого впливу на людину. Він задовольняє безліч людських потреб і виконує численні суспільні функції, зокрема, пізнавальну, виховну та естетичну. Це допомагає людям краще розуміти та оцінювати світ, а також активно адаптуватися до різних життєвих ситуацій і розвивати свій культурний потенціал. Витвори мистецтва графічного дизайну, виховують в людях не лише потребу в художній насолоді, а й здатність правильного ставлення до всіх суспільних та природних явищ.

Символи української культури стають все більш популярними в графічному дизайні, виходячи за межі етнографії. Це унікальні знаки, які розповсюджуються на графічний дизайн і говорять про повернення до мистецьких традицій і їх сучасне переосмислення.

Український графічний дизайн відрізняється своєрідністю. «Ба-жання робити дизайн «українським» проявляється в наші дні в роботах окремих дизайнерів та невеличких груп однодумців. У період незалежної України можна чітко відслідкувати сплески актуальності теми української ідентичності в дизайні після соціально значущих подій: 2004 рік (Помаранчова революція), 2014 рік (Революція Гідності) та 24.02.2022» [1].

Особливого значення доктор педагогічних наук, професор, В. Борисов надає особистості графічного дизайнера, так як він є не лише носієм, але й творцем нового культурного контексту та зазначає, що графічний дизайнер «повинен стати фахівцем, який володіє всім історичним багатством традиційних культур і здатним реалізувати себе і власний духовний світ за допомогою сучасних технологічних можливостей, творити свій світ, для людей і для себе» [2, с. 25].

У висновку можна зазначити, що сучасний графічний дизайнер повинен усвідомлювати відповідальність за свою творчість і ставити перед собою завдання наповнювати інформаційне середовище образами, що відображають сучасну ідентичність. Дизайнер вивчаючи українські мистецькі традиції має розглядати їх у контексті сучасних потреб дизайну. Мистецтво графічного дизайну та філософія мають значний вплив на формування глобального культурного простору. Графічний дизайн відображає естетичні та функціональні аспекти суспільства, допомагаючи створювати образи та ідентичність культурних спіль-



нот. Філософія, у свою чергу, розглядає основні питання про сутність та цінності мистецтва, сприяючи розумінню його ролі в сучасному світі. Обидва напрями співпрацюють у формуванні глибоких культурних зв'язків та сприяють розвитку глобального культурного розмаїття.

#### **Список використаних джерел**

1. Бабєць Ліза Українська ідентичність в графічному дизайні та традиції візуального мистецтва / Культура Київ, 10 серпня 2023 URL: <https://druk.press/ukrayinska-identychnist-v-grafichnomu-dyzaini/>
2. Борисов В. В. Вплив традицій на формування культури сучасного графічного дизайнера. Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва : зб. матеріалів VII Всеукр. наук.–практ. конф., Черкаси, 23 квітня 2021 р. / Упоряд. Л. І. Полудень, Ф. А. Гонца. Черкаси : Видавець Третяков О. М., 2021. С. 23–26. URL: <https://conf.artka.ck.ua/art/issue/view/14/artka-2021>
3. Григель Томаш Мистецтво зупиняє час. Про актуальні передумови ідей Артура Шопенгауера / Філософія мистецтва// Студії мистецтвознавчі. – Київ: ІМФЕ. 2008 URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/43557/02-Grygiel.pdf?sequence=1>
4. Проценко О. П., Гаплевська О. І Філософія і мистецтво: існування в єдності і самотійності. Національний аерокосмічний університет ім. М. С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/6a5d7cfd-f64d-43dd-a2ef-39845f1d6f4c/content>
5. Рябініна О. В., Юрченко Л. І. Філософія. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2021. – 286с. URL: [reposit.sc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/12924/3/Философия%20%281%29.pdf](https://reposit.sc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/12924/3/Философия%20%281%29.pdf)

***Копотілова Олена Миколаївна**  
керівник гуртка декоративно-прикладного відділу  
Комунального позашкільного навчального закладу  
«Центр дитячої та юнацької творчості  
«Дивосвіт» Криворізької міської ради  
[elena456k3179@gmail.com](mailto:elena456k3179@gmail.com)*

### **Розвиток самоефективності під час занять декоративно-прикладним мистецтвом в умовах змін культурного простору**

У сучасних умовах трансформаційних змін культурного простору досить нагальним для українців стає питання збереження, відтворення та популяризації національної культурної спадщини.

Термін «мистецтво» має давню історію та багато визначень. Філософи, художники та культурологи різних епох розглядали його з різних поглядів. Наприклад, для давньогрецьких філософів мистецтво було способом вираження краси та гармонії, що відображає внутрішній світ людини. Романтики XIX століття розглядали мистецтво як засіб вираження почуттів та емоцій, що виходять за рамки раціонального мислення. Сучасні дослідники вбачають, що «сучасне мистецтво» може бути розглянуте як важлива складова сучасної культури, яка відображає та впливає на сучасний світ через свою оригінальність,

експериментальність та актуальність.

Функція мистецтва «у сфері культури: функція самосвідомості – надає інформацію про внутрішній стан культури. Предметом мистецтва є ціннісні сенси втягненої в культуру реальності. [...] художник зображає власні переживання, емоції від споглядання дійсності» [2, с. 75].

Емоції від споглядання сучасної дійсності є антипозитивні. В наші дні відбувається спроба знищення українського мистецтва, культури та самобутності. Згідно офіційних даних Міністерства культури та інформаційної політики України пошкоджено та зруйновано багато об'єктів культурної спадщини, театри, корпуси навчальних закладів, музеї, бібліотеки [3].

Відповідно до цього, серед викликів сьогодення – це відбудова України, перед суспільством постав актуальний виклик про збереження та відновлення української культури, мистецтва. У сучасному світі розвитку підростаючого покоління набуває нового бачення перспектив розвитку та виховання поєднуючи культурні надбання минулого покоління і сьогодення. Реалії сьогодення – це опір, це біль, це обмеження, але в той же час це сміливість, це стійкість, це незламність і це можливість кожного зрозуміти цінності рідної культура, її самобутність та унікальність.

В своїй науковій роботі «Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини» Т. Філіна зазначає: «Першочерговим завданням культурної політики держави є формування якісного культурного середовища та рівних умов для творчої самореалізації людини» [4, с. 229].

Метою нашої роботи є показ важливості розкриття особливості самоефективності підростаючого покоління у організації освітнього процесу під час гурткових занять та виховання молодого покоління. Самоефективність – це глобальний виклик ХХІ століття. У вітчизняній психології «самоефективність» є синонімом «самореалізація». У вітчизняній психології це тлумачиться як ефективність особистості, що відображає віру в свої можливості і спроможність змінити своє життя. Це показник постійного самовдосконалення, яке стимулює досягнення успіху у всіх аспектах життя. Ця компетентність може включати у себе розвиток цінностей, спрямованих на підтримку сталого розвитку мистецтва України. Таке виховання сприяє формуванню громадянської позиції, відродженню і розвитку культури [1].

Так, зв'язок з історією народу може надихати і надавати силу національному корінню та традиціям. Коли цей зв'язок представлений у сучасних візуальних образах, він може мати особливу актуальність і виразно відображати спадщину і культурну ідентичність народу. Така візуалізація може стати важливим інструментом для підтримки та популяризації культурної спадщини й традицій серед сучасного поко-

ління. Під час виконання різних декоративних виробів на гурткових заняттях у дітей розвивається естетичний смак, та пробуджується розуміння, що українське може бути модним, стильним та гарним. Ось чому розглянутий нижче приклад розвитку самоєфективної особистості на гурткових заняттях в закладі позашкільної освіти, зокрема гуртка декоративно-прикладного відділу має практичну цінність. У цьому контексті, пропонуємо розглянути вдалий досвід проекту «Українська писанка» – цікавий триденний захід.

У перший день був проведений виховний захід у якому було відображено декілька українських свят, які в нашій країні передаються від покоління до покоління. Зазначена роль культури, її збереження і відродження давніх традицій, які є основою української ідентичності. Такий огляд обрядового календаря нашого народу зберігає минулі вірування та збагачується новими аспектами. Таким чином було проведено відображення цінностей української культури, що орієнтовані на майбутнє. А саме на традиції розписування писанок на Великдень зупинились більш докладно та провели цікавий та пізнавальний квест.

У другий день був проведений майстер-клас «Зроби свою писанку!» кожна дитина мала можливість творчо самовиразитися, і створити на спеціально розробленому шаблоні три авторські писанки, використовуючи запропоновані орнаменти з конструктора. Діти на цьому проєкті ознайомились із значенням орнаментів і кольорів писанок. Це дало їм можливість заглибитись в історичні корені часів появи писанки, в значення орнаментів і кольорів у різних областях нашої країни, а також дізнатись про роль писанки в давнину і у наші дні.

У третій день придумали дитячий сценарій на Великдень та організували свято на природі на якому здорово зібралися сім'ї всіх гуртківців, разом провели час так, щоб усім було радісно, весело, шумно, і свято запам'яталося надовго. Хлопці мали для розваги велику кількість ігор з елементами змагання та боротьби. Гralися у крашанки не лише діти, а й дорослі в такі ігри як в «Котки», «Навбитки» та в «Кидка». Також співали гаївки, обливалися водою, так як за традицією у перший понеділок після Великодня хлопці обливають водою дівчат, щоб побажати їм здоров'я й щастя протягом наступного року.

Проєкт базувався на ідеї об'єднання дітей і батьків у творчому процесі, що сприяло їх включенню в культурно-творчому діяльність разом як співтворців. Така участь у творчих конкурсах підсилює єдність і формує спільну місію, мету та цінність майбутнього нашої країни, а творчий, посильний внесок кожної дитини у досягненні спільної мети.

Щоб зрозуміти сучасність, ми можемо вивчати історію, глибше досліджуючи події минулого. Це допоможе нам розкрити сенси, ритми та зв'язки між ними, розуміти причинно-наслідкові зв'язки. Минуле – це насіння, яке висівається у нашому сьогодні. З вищесказаного

можемо зазначити, що в закладі позашкільної освіти заняття з підрос-таючим поколінням мають головну місію – це розвиток самоефективності учнів, це життєстійкості та формування національної ідентифікації під час творчості.

Таким чином, розвиток самоефективної особистості під час гурт-кових занять гуртка декоративно-прикладного мистецтва має вагоме творче напрацювання і відіграє важливе значення у соціальному і культурному житті України. Також вирішує головні завдання – це формування шанобливого ставлення до української культури, та активний, практичний пошук відповідей на актуальні питання сьогодення.

#### Список використаних джерел

1. Гальцева Т. О. Види самоефективності особистості: їх характеристика та дослідження / Т. О. Гальцева // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки. – 2015. – Вип. 4. – С. 110-114. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhp\\_2015\\_4\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhp_2015_4_24)
2. Мартиненко Л. Б., О. В. Гончарова Естетика мистецтва: навчальний посібник / Умань: ВПЦ «Візаві», 2019. – 272 с. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/10452/1/mustectwo.pdf>
3. Міністерство культури та інформаційної політики України: Офіційний сайт. URL: <https://war.city/> (Дата звернення:24.04.2024)
4. Філіна Т. В. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини // Культура і сучасність: альманах, 2021. № 1. С. 228–232. DOI 10.32461/2226-0285.1.2021.238628.

**Костін Роман Олександрович**  
*аспірант кафедри культурології НАКККиМ*  
*deputat.kostin@ukr.net*  
*ORCID: 0009-0008-5915-9856*

### **Ада Роговцева: втілення української незламності на тлі глобальних викликів**

Ада Миколаївна Роговцева – легендарна українська акторка театру та кіно, народна артистка України, Герой України, чий талант та харизма понад 60 років зачаровує глядачів. Її кар'єра, ознаменована низкою видатних ролей, зробили акторку однією з найвідоміших та шанованих особистостей української культури.

Творчий шлях акторки розпочався у 1956 році, Ада Роговцева зіграла роль Гафійки у стрічці «Кривавий світанок», екранізації повісті М. Коцюбинського «Fata Morgana». Ця роль, хоча й не принесла їй широкої популярності, проте стала першим кроком на шляху до визнання та цінним досвідом для молодшої акторки [3, 103].

Справжнім проривом для Ади Роговцевої стала роль Гелени у виставі «Варшавська мелодія», прем'єра якої відбулася у 1961 році. Цей образ акторка втілила на сцені понад 700 разів, зачаровуючи глядачів щирістю емоцій та майстерністю перевтілення.

Дослідженню біографії та творчого шляху талановитої українсь-

кої акторки присвячені наукові розвідки Л. Брюховецької, А. Липківської, І. Міненко, Н. Погожевої, Т. Терен, К. Чорної.

Окрім блискучої акторської майстерності, Ада Роговцева також продемонструвала неабияку стійкість та мужність, виступаючи з концертами перед українськими солдатами на передовій під час війни на Донбасі. Цей вчинок став символом незламності українського духу та підкреслив важливу роль мистецтва в часи випробувань. Війна в Україні стала трагедією не лише для українського народу, але й викликом для всієї світової спільноти. Український народ продемонстрував неабияку стійкість перед обличчям агресора, ставши символом боротьби за свободу, ідентичність та демократичні цінності.

З 2014 року А. Роговцева неодноразово відвідувала зону бойових дій на Донбасі з виставами, концертами, благодійними вечорами. Її виступи, наповнені ширими емоціями, ставали джерелом натхнення та підтримки для солдатів, які ризикували своїм життям за свободу та незалежність України. Акторка не боялася їхати на передову, навіть у найнебезпечніші місця. Вона розуміла, що її присутність та слова підтримки можуть мати значний вплив на моральний стан військових.

У вільний від роботи час Ада Миколаївна з радістю приймає захисників у себе вдома, де вони мають змогу помитися, поїсти та одягнути чистий, випраний одяг. Раніше вона ще й сама готувала їжу для українських бійців, проте зараз волонтери приносять вже готову їжу [1].

Легендарна акторка не дарма стала символом єднання та незламності українського народу. Творчість А. Роговцевої – це яскравий приклад багатогранності українського національного характеру. Ада Миколаївна Роговцева – не просто талановита акторка, вона – майстер перевтілення, здатна на екрані та сцені втілити найрізноманітніші жіночі образи, сповнені стійкості, незламності, віри та оптимізму.

На ювілейному вечорі акторки, який відбувся у 2017 році, Президент України Петро Порошенко слушно зауважив: «Це один із найкращих символів української жінки: красивої, сильної, патріотичної, яка дуже любить Українську державу і український народ» [2].

Не зважаючи на свій поважний вік, Ада Миколаївна не збирається зупинятися на досягнутому. Вона й досі активно виступає на театральній сцені, адже вважає, що мистецтво в часи війни відіграє особливо важливу роль. Вона щиро молиться за мир в Україні та мріє про той день, коли зможе обійняти всіх захисників, які й досі перебувають у полоні.

Ада Роговцева – це не просто акторка, це людина-легенда, яка своїм життям та творчістю надихає мільйони людей. Її приклад вчить нас бути сильними, не здаватися перед труднощами, вірити в себе, любити свою мову та країну. Чітка проукраїнська позиція акторки, активна підтримка військових на передовій та безкомпромісне став-

лення до будь-яких переговорів з агресором не лише зарядили українців на боротьбу, але й виступили чітким меседжем для влади: будь-який компроміс з ворогом є неприпустимим. Ада Роговцева своїм життям та вчинками довела, що справжня сила – у єднанні та незламності духу.

#### Список використаних джерел

1. Білаш К. Волонтеру в хаті: перу хлопцям білизну і годую їх, – Ада Роговцева // LB.ua. Дорослий погляд на світ. Режим доступу: [https://lb.ua/culture/2022/03/09/508739\\_volonteru\\_hati\\_peru\\_hloptsyam.html](https://lb.ua/culture/2022/03/09/508739_volonteru_hati_peru_hloptsyam.html) Дата звернення: 2.05.2024р.
2. Груздев С. Епоха під назвою «Ада Роговцева» // Главком. Режим доступу: <https://glavcom.ua/digest/epoha-pid-nazvoyu-ada-rogovceva-456206.html> Дата звернення: 2.05.2024р.
3. Міненко І. О., Чорна К. В. Творчий доробок актриси Ади Роговцевої в театрі та кіно // Актуальні дискурси мистецтва естради: традиції та європейська інтеграція: Матеріали III Всеукр. наук. конф. С. 102-106.

*Леонтьєва Олена Валеріївна*

*аспірантка НАКККіМ*

*dme2121.oleontieva@dakkim.edu.ua,*

*<https://orcid.org/0000-0002-9612-4053>*

### **Феміністичне мистецтво на Венеційській бієнале-2024: у пошуках гендерного балансу**

У світі багато чого змінилося з того часу, як у 1970-х роках відома своєю новаторською роллю в жіночих дослідженнях соціальний антрополог М. Цимбаліст Росальдо зазначала: «Жінки можуть мати певну вагу, владу і вплив, але скидається на те, що жінкам, порівняно з чоловіками їхнього віку й суспільного статусу, повсюди бракує загально визнаного й культурно вартісного авторитету» [3, 111]. «Друга хвиля» фемінізму спричинила зростання кількості відповідних досліджень у Європі та Америці, які за останні десятиліття відродили безліч імен жінок-художниць, про яких раніше дослідники не згадували. Гендерний перекис став вирівнюватися. Але, попри небачений раніше масштаб наукового інтересу, ця робота ще далека від завершення.

Одночасно з цим зростає присутність жінок в публічному мистецькому просторі, їхня представленість в музейних колекціях та на виставках по всьому світу. Венеційська бієнале як найпрестижніша та найвизначніша подія у сфері сучасного мистецтва вповні відображає зазначену тенденцію.

Актуальність заявленої теми визначається увагою суспільства до проблеми місця жінки в сучасному світі, зокрема, у сфері мистецтва. Кожна людина відчуває, мислить, діє як чоловік чи жінка. Тож, є природним, що твір мистецтва буде мати відбиток гендерної особливості

його творця. Гендерна проблематика в галузі мистецтвознавства в Україні до теперішнього часу залишається перспективним напрямом досліджень.

Минула Венеційська бієнале 2022 року стала проривною в плані участі жінок. Серед художників основного проекту було лише 10% чоловіків. До речі, куратором бієнале також була жінка, що є рідким явищем – Ч. Алемані стала п'ятою жінкою та першою жінкою-італійкою за всю історію проведення бієнале з 1895 року. В списку учасників основної міжнародної виставки мистецтва було заявлено 213 осіб: 21 з них – чоловіки, решта – жінки та гендерно-варіантні художники. Того разу жінки також здобули головні нагороди бієнале [2].

Але до цього вів довгий та повільний шлях. Для порівняння: 1995 року художники-чоловіки становили 90% [4, 41]. І навіть коли кураторами бієнале ставали жінки (М. де Корраль, Р. Мартінес, Б. Курігер, К. Масель), художники-чоловіки продовжували домінувати в основному проекті.

У нинішньому році на Венеційській бієнале жінки-художниці також яскраво заявили про себе, актуалізуючи у своїй творчості питання гендерної рівності, сексуальної ідентичності та соціальної справедливості.

Одразу на вході до Джардіні – однієї з двох основних локацій Венеційської бієнале – нас зустрічають дві чотириметрові бронзові скульптури плавчинь в купальниках авторства відомої американської скульпторки, майстра суперреалізму К.А. Фойерман. Один з творів має доволі феміністичну назву «My Body, My Rules» («Моє тіло, мої правила»). Робота підкреслює ідею тілесної свободи та особистого права приймати рішення щодо власного тіла й контролювати те, що з ним відбувається. Така позиція свідчить про готовність кинути виклик суспільним нормам, очікуванням і обмеженням [5].

Слід зазначити, що куратором Венеційської бієнале 2024 року став А. Педроса, художній керівник Museu de Arte de São Paulo. Він – перший латиноамериканець і перша відкрита квір-людина на цій посаді. Тож, проблеми гендера та дискримінації не є чужими для нього.

Торкаючись теми феміністичного мистецтва на цьогорічній Венеційській бієнале, варто розпочати з того, що її назву – «Foreigners Everywhere» («Іноземці скрізь») – куратор взяв із серії робіт, створених феміністичним концептуальним артколективом «Claire Fontaine» (заснований в Парижі у 2004 році, зараз працює на Сицилії), починаючи з 2004 року. Це – неонові скульптури в різних кольорах, що передають вираз «Іноземці скрізь» кількома мовами [1]. Через роботи «Claire Fontaine» червоною ниткою проходить тема фемінізму. Художники вважають його невіддільним елементом світогляду, призмом для сприйняття світу. Джерелом натхнення для колективу є роботи арткритика та активістки феміністичного руху К. Лонці, яка є легендарною фігурою серед борців за права жінок.

В кураторському тексті А. Педроса зазначив, що фоном для творчості зараз є світ, наповнений війнами та кризами, пов'язаними з пересуванням людей між територіями та кордонами. Ці процеси підкреслюють відмінності та невідповідності, зумовлені ідентичністю, національністю, расою, статтю, сексуальністю та статком [2].

Основний проєкт бієнале цього року не фіксувався на жіночій тематичі. У виставці представлено 331 художника та колективи з 80 країн. Окрім фігури іноземця, чужинця, виставка зосередилася ще на інших суміжних темах: квір-художник, який рухається в межах різної сексуальності та гендерів; художник-аутсайдер, який опиняється на узбіччі світу мистецтва; художник-самоучка, якого часто не сприймає коло професійних митців, і художник-абориген, до якого подекуди ставляться як до чужинця на його землі.

При цьому у кураторському дослідженні є відчутним такий мотив, представлений на виставці, як текстиль. Багато художників використовують його. Ці роботи демонструють інтерес до ремесел, традицій і ручної роботи, а також до технік, які часом вважалися чужими, сторонніми або дивними у сфері образотворчого мистецтва, і які традиційно сприймаються як жіночі.

А от п'єдестал пошани ювілейної 60-ї Венеційської бієнале був переважно жіночим. Лише «Золотий лев» за найкращий національний павільйон був присуджений Австралії, над яким працював художник А. Мур. Всі інші нагороди та відзнаки дісталися художникам.

Другого «Золотого лева» найкращому митцю основного проєкту було присуджено групі з чотирьох художниць народності маорі з Нової Зеландії «Mataaho Collective». Б. Реветі, Е. Бейкер, С. Хадсон та Т. Те Тау створюють інсталяції з волокон. До Венеції вони привезли великоформатні роботи, присвячені життю та системам знань маорі. Вони спираються на традицію килимків сільської громади Такапау, які використовуються під час різних церемоній, особливо при народженні дітей.

«Срібного лева» як найперспективнішому учаснику виставки вручили британській художниці нігерійського походження К. Ашаду. Журі зазначило, що мисткиня перевертає гендерні уявлення про те, що вважається належним для вшанування пам'яті – вона фіксує вразливість молодих чоловіків з аграрної півночі Нігерії, які мігрували до Лагосу і врешті опинилися в нелегальних мототаксі. «Її феміністичний об'єктив камери надзвичайно чутливий та інтимний, він фіксує субкультурний досвід байкерів, а також їхню економічну нестабільність» [2].

Спеціальну відзнаку за національну участь отримав павільйон Республіки Косово, присвячений проблемі міграції, за скульптурний проєкт художниці Д. Кастраті «The Echoing Silences of Metal and Skin». «Невелика, але потужна інсталяція розповідає про фемінізовану індустріальну працю та зношеність жіночих тіл», – зазначається на сайті бієнале [2].



Дві спеціальні відзнаки журі присудило мисткиням, які брали участь в основному проєкті бієнале. Їх отримали палестинська художниця С. Халабі, яка поєднує прихильність до мистецтва абстракції з увагою до страждань народу Палестини, та аргентинська трансдисциплінарна квір-художниця Л.Ч. Поблете, яка працює з перформансом, відеоартом, фотографією та живописом.

Ще двох «Золотих левів» за життєві здобутки вручили бразильській художниці італійського походження А.М. Майоліно та турецькій художниці Н. Ялгер.

Та й у складі міжнародного журі 60-ї Венеційської бієнале переважали жінки – їх було четверо з п'яти членів журі.

Помітна участь жінок-художниць в основному бієнальському проєкті, в національних павільйонах, у виставках супутньої офіційної програми бієнале – це не політичний жест чи мінлива мода, а результат боротьби з нерівністю та упередженістю в мистецтві. Світу більше вже не здається, що художник – це не жіноча професія. Ситуація поступово змінювалася й зараз почала прагнути до балансу. Венеційська бієнале стає тією інституційною структурою, яка впливає на розвиток дискурсу про гендерні проблеми в мистецтві та сприяє створенню більш рівноправного суспільства, де кожен митець має можливість реалізувати свій творчий потенціал незалежно від своєї статі.

#### Список використаних джерел

1. Офіційна веб-сторінка колективу «Claire Fontaine». URL: <https://clairefontaine.ws> (дата звернення 02.05.2024).
2. Офіційний веб-сайт «La Biennale di Venezia». URL: <https://www.labiennale.org/en/art> (дата звернення: 01.05.2024).
3. Цимбаліст Росальдо М. Жінки, культура й суспільство: теоретичний огляд. Гендерний підхід: історія, культура, суспільство / за ред. Л. Гентош, О. Кісь. Львів : Класика, 2003. С. 111-133.
4. Coidezza C. Le donne artiste alla Biennale d'arte di Venezia. Le scultrici e le prime edizioni (1895-1912). Storie dell'arte contemporanea 4. Atlante delle Biennali 1. Venezia : Università Ca' Foscari, 2019. P. 37-57. DOI: 10.30687/978-88-6969-366-3/004.
5. New Exhibition «Global Travelers» by Carole A. Feuerman: Master of Superrealism. Accesswire. 25.04.2024. URL: <https://www.accesswire.com/856784/new-exhibition-global-travelers-by-carole-a-feuerman-master-of-superrealism> (дата звернення: 03.05.2024).

**Маланюк Вікторія Ярославівна**

*кандидат архітектури, ст. викладач кафедри дизайну і технологій*

*Київського національного університету культури і мистецтва*

*vik\_malanyuk@ukr.net*

*<https://orcid.org/0000-0002-8002-4613>*

## Інтерактивні технології

### в експозиційному дизайні корпоративних музеїв

Корпоративні музеї – це тип музейних закладів, який останнім часом набуває все більшої популярності. Часто вони розташовані поруч

із фабриками, де виробляється продукція бренду. Безпосереднє розташування корпоративного музею поблизу виробничої зони дозволяє експозиції поширитися і на виробничу лінію. Корпоративні музеї приносять значні переваги, оскільки культурний потенціал простору, де будуються музеї, зростає. Їх розташування за містом економічно активує забудовані зони міста. Корпоративні музеї розширюють туристичну та культурну пропозицію міста, а їх будівлі стають впізнаваним елементом маркетингового іміджу міста [8, 29].

До створення архітектурних проектів музейних будівель залучають видатних здодчих, а до організації внутрішнього простору долучаються відомі дизайнери інтер'єрів. Увагу відвідувачів часто привертає архітектурне вирішення музеїв даного типу, яким притаманні наступні тенденції: використання таких стилістичних напрямів, як деконструктивізм і дигітальна архітектура; трактування споруди як артоб'єкта; органічне поєднання функціональної, естетичної складових і енергоефективних технологій; образність і емоційна виразність будівлі; застосування в архітектурно-планувальному рішенні будівлі символічності, яка транслює відвідувачу музею основні цінності компанії та є рекламою основних унікальних характеристик продукції бренду; використання в колористичних рішеннях екстер'єрів фірмових кольорів компанії [3, 24]. Оригінальному вирішенню екстер'єрів корпоративних музеїв відповідає цікаве внутрішнє наповнення, привабливість якого обумовлена використанням в експозиційному дизайні саме інтерактивних технологій. Згідно з даними В.Д. Северина, народження нових відносин глядача і музею загостило питання залучення глядача у музей. Музеї почали ставати більш відкритими для публіки, доступними для розуміння, відкритими для експериментів. Необхідність створення різноманітного візуального середовища, яке б мало атрактивні, динамічні, ігрові складові, перетворює експозицію на синтетичне дійство, де у гармонійному зв'язку виступають архітектура, експозиція і самі експонати [5, 88].

Аналіз останніх досліджень дозволяє зробити висновок про те, що тема застосування цифрових технологій у дизайні музеїв привертала увагу багатьох науковців. Зокрема, дисертаційне дослідження В.Д. Северина присвячене дизайну сучасної музейної експозиції у контексті розвитку інноваційних технологій [5]. Колективна праця С.С. Кисиль, О.В. Полякової, Т.В. Булгакової розкриває теоретичні та практичні можливості використання цифрових технологій в дизайні інтер'єрів цивільних будівель [2]. Питанням виникнення й особливостям розвитку корпоративних музеїв як компоненти маркетингу присвячено працю К. Piatkowska [8]. Особливості інтерактивності як чинника формування дизайну сучасного громадського інтер'єру розкрито у дисертаційному дослідженні Н.С. Брижаченко [1]. Сучасні тенденції в архітектурі корпоративних музеїв розглядала В. Маланюк [3]. Проте,

огляд фахової літератури дозволяє зробити висновок про те, що тема використання інтерактивних технологій в експозиційному дизайні сучасних корпоративних музеїв на цей час ще не є достатньо дослідженою.

У межах даного дослідження корпоративний музей (також вживаються терміни «музей підприємства», «виробничий музей», «центри для відвідувачів») – це тип музею, який є власністю підприємства й у якому збирають, досліджують і популяризують пам'ятки з історії діяльності підприємства [4, 66]. Під експозиційним дизайном розуміємо архітектурно-художнє оформлення музейної експозиції, організацію внутрішнього простору, розташування й оформлення експозиційних залів, створення потрібного тла чи відповідного середовища для демонстрування матеріалів музейної експозиції [4, 17].

Термін «інтерактивний дизайн» був введений американським кібернетиком Н. Негропonte в 60-ті рр. ХХ ст. Науковець характеризував дане поняття як взаємодію електронних технологій із внутрішнім середовищем будівель і споруд та з людиною за допомогою форми, світла, кольору, звуку не тільки у просторі, але і в реальному часі [2, 106]. Впровадження інтерактивних об'єктів в дизайн предметно-просторового середовища інтер'єрів громадського призначення (зокрема і корпоративних музеїв) розпочалося у період постмодернізму, культура якого характеризується плюралізмом течій, спрямованістю на театральність, видовищність, гру з формами, застосуванням інформаційних і комунікаційних технологій. Організація інтерактивного предметно-просторового середовища зумовлена технічними засобами, які можна розподілити на мультимедійні, що змінюють аудіовізуальну інформацію на поверхні об'єкта (застосування сенсорних і проєкційних систем) та механічні технічні засоби, що сприяють зміні форми об'єкта (кінетичні композиції, інтерактивні дзеркала, об'єкти-симулятори та об'єкти-трансформери) [1]. Нині розрізняють два основні проєктні підходи формування предметно-просторового наповнення, що базуються на використанні цифрових технологій. До них відносяться: художньо-образний підхід – з акцентуванням на художній виразності і образності об'єктів; і функціональний підхід – з домінуванням функціональної складової об'єктів, які наповнюють інтер'єр [2, 108].

Показовим прикладом впровадження інтерактивних технологій в експозиційний дизайн є Galleria Campari. Це інтерактивний і мультимедійний музей компанії Campari, який через мистецтво та дизайн розповідає про його історію й еволюцію продукту. Галерея, відкрита в 2010 році до 150-річчя бренду, розташована у будівлі Liberty в Сесто-Сан-Джованні (Італія), яка була першою фабрикою Campari, побудованою в 1904 році Давіде Кампарі. Між 2007 і 2009 роками промисловий комплекс був перетворений за проєктом архітекторів Маріо Ботта

і Джанкарло Марзораті у нову штаб-квартиру Campari Group і музей компанії. Galleria Campari зобов'язана своєю унікальністю багатству свого історичного архіву, багатогранного культурного сховища, яке включає понад 3500 робіт на папері, оригінальні плакати та рекламну графіку від початку ХХ століття до 1990-х років, рекламні ролики відомих режисерів та об'єкти, створені визнаними дизайнерами. Значну частину активів компанії було оцифровано та повернуто у вигляді інтерактивних інсталяцій, які взаємодіють із численними оригінальними роботами, представленими на виставці [6].

Комплексне використання інноваційних технологій в експозиційному дизайні представлено у музеї історії чавуноливарного заводу МАГМА (MAGMA, м. Фоллоніка, Італія). Цей виробничий музей розташований у будівлі старого заводу, де розмістилася колекція експонатів, що демонструються за допомогою мультимедіа, інтерактивні інсталяції, скульптура, діорама. Привертає увагу й артінсталяція, яка імітує процес виплавки чавуну на місці старої доменної печі. Центральна частина експозиції за допомогою великої кількості DLP-проекторів створює об'ємну композицію на рельєфних стінах, яка відтворює етапи процесу плавки. Відвідувачі музею на собі відчувають специфіку виробництва завдяки сучасним технологіям, віртуально знаходячись поруч з майстрами ливарного мистецтва [5, 125].

Інтерактивну захоплюючу виставку про шоколад можна переглянути при відвідуванні корпоративного музею Lindt Home of Chocolate. Він розташований у новій будівлі, запроектованій швейцарськими архітекторами Christ & Gantenbein у штаб-квартирі Lindt & Sprüngli в Кільхберзі поблизу Цюріха (Швейцарія). У центрі будівлі автор виставки ATELIER BRÜCKNER створив ефектний дев'ятиметровий фонтан із шоколаду. Звуки, запахи, медіастанції та системи участі відвідувачів дозволяють їм стати частиною різних сценаріїв. Кожен виставковий зал, спроектований індивідуально, спілкується за допомогою органів чуття та інформації, щоб передати певний аспект світу шоколаду. Спочатку відвідувачі подорожують на какао-плантацію в Гані, де дізнаються все про вирощування, збирання, ферментацію та сушку какаобобів, а також про процес забезпечення якості [7].

Таким чином, можемо констатувати, що використання інтерактивних технологій в експозиційному дизайні сучасних корпоративних музеїв здатне суттєво збагатити проектне рішення, збільшити кількість відвідувачів і посилити емоційний вплив музейної експозиції.

#### **Список використаних джерел**

1. Брижаченко Н.С. Інтерактивність як чинник формування дизайну сучасного громадського інтер'єру : автореф. мистецтвознавства : 17.00.07. Харків, 2015. 22 с.
2. Кисиль С.С., Полякова О.В., Булгакова Т.В. Цифрові технології в дизайні сучасного внутрішнього середовища цивільних будівель. Art and Design. 2020. №1. Р. 105-114.
3. Маланюк В. Сучасні тенденції в архітектурі корпоративних музеїв. Актуальні питання гуманітарних наук. 2021. Вип. 44. Том 2. С. 21-25.

4. Микульчик Р., Слободян П., Діденко С., Рак Т. Словник-довідник термінології музейництва. Львів : Вид-во НУ «Львівської політехніки», 2012. 128 с.
5. Северин В. Д. Дизайн сучасної музейної експозиції в контексті розвитку інноваційних технологій : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харків, 2015. 297 с.
6. Galleria Campari. URL: <https://museimpresa.com/associati/galleria-campari/> (дата звернення: 04.05.2024).
7. Lindt Home of Chocolate. World of Chocolate opened in Kilchberg near Zurich. URL: <https://www.atelier-brueckner.com/en/press/lindt-home-chocolate-world-chocolate-opened-kilchberg-near-zurich> (дата звернення: 04.05.2024).
8. Piatkowska K. The Corporate Museum: A New Type of Museum Created as a Component of Marketing Company. The International Journal Of The Inclusive Museum. 2014. Vol. 6. Issue II. P. 29-37.

**Несен Ірина Іванівна**

*кандидат історичних наук,*

*доцент кафедри мистецтвознавчої експертизи НАКККіМ*

*inesen@dakkkim.edu.ua*

*ORCID 0000-0002-9804-9659*

## **Трансформації і взаємодії стилів у західноєвропейському мистецтві раннього модерного часу**

Відомий французький історик, представник школи «Анналів» Жак Ле Гофф, аналізуючи проблему поділу історії на періоди, в одній зі своїх відомих праць, визначив знакові явища, що обумовлюють зникнення старих і появу нових парадигм через категорію періодизації, як радикальний спосіб впливу на час способом його структування, що є ознакою якісної зміни епох [2, 2].

Природа періодизації художніх стилів у мистецтві видається ще більш заплутаною і суперечливою. В Італії у ранню модерну добу (кінець XV–восьмидесяті XVIII ст.) Ренесанс у своєму розвитку швидко перетнув зрілий етап і покрокував у пізню фазу, де співіснував з маньєризмом й академізмом [1; 3].

Загалом співіснування стилів добре простежується у монументальному живописі з огляду на його зв'язки з архітектурою, яка першою потрапляє під впливи процесів творення нових принципів образності. Ранні прояви маньєризму у монументальному живописі храмового простору можна знайти вже у зрілому Ренесансі. Завдяки кардинальним змінам у виборі художніх засобів (вишукані тональні співвідношення м'якого колориту, анатомічні побудови з позицій «внутрішнього рисунку», спричиненого уявою митця) і підходах до трактування простору середовища, живописна композиція маньєризму набула нової образності. Сюжет, образ, подію митець розкривав через окрему деталь, жест, як засіб емоцій дії.

Яскравим прикладом цьому є стінописи пармського митця Анто-

нію Аллегрі (Корреджо) (1489–1534 рр.). У ранніх розписах камери монастиря ді Сан Паоло, виконаних митцем між 1517–1520 рр., можна бачити нові композиційні прийоми, мотиви, й трактування образів, створених художником для заповнення підкупольного простору. В абсолютній більшості цих масштабних композицій, ми відчуваємо прагнення оптичної ілюзійності у перспективі, піднесену експресивність персонажів у повітряному леті по спіралі. У різних трактуваннях сюжету «Знесення» Корреджо, відчутний постійний інтерес до зображення Божественного світла (наприклад, підкупольний розпис в церкві Сан Джованні м. Парма) і життя у небесному світі (розпис Дуомо м. Парма).

Маньєризм нерідко вважають перехідною ланкою до бароко. Натомість видається, що перші паростки нової стилістики композицій бароко почали з'являтися ще в зрілому Ренесансі паралельно до проявів маньєризму. Досить згадати вітварний образ Тиціана Вечелліо (бл. 1480–1576) «Ассунта» (1516–1518), у якому Знесення Богородиці відбувалось в ірреальному світловому просторі.

Пізніше, на межі XVI–XVII ст., під впливом низки важливих історичних чинників і суспільних змін, твори бароко синтезували у собі ознаки, які визначили обличчя цього стилю. У своїй відомій праці Генріх Вельфлін назвав стиль у сенсі категорії «цілісністю у відчутті форми» [4, 71]. Бароко він означив у провідних координатах: живописності матеріалів і мас (пористість, мозаїчна декоративність тональних переходів); монументальності і масивності, базованої на еліптичних формах; драматичний, побудований на контрастах рух, пов'язаний з нерівномірністю пластичної форми, що народжує оптичні ілюзії; атектонічність і сплавленість елементів [4, 29; 47; 59].

Розвиток римського бароко у храмових стінописах, був пов'язаний з постійними видозмінами сюжетів, що розкривали дихотомію протиставлень у духовному перетворенні праведників, що зносилися в небесний світ і загибелі грішників, що зазнавали падінь. У такий спосіб барокові інтер'єри ново споруджених храмів XVII ст. візуалізували ідеологію Контрреформації. Підсиленню оптичних вражень сприяв популярний у той час базиліковий тип храму, де простір з нартексу, зануреного у темряву, різко освітлювався у напрямку до вітваря, підсилюючи враження від зображення небесного лету десятків постатей.

За короткий проміжок часу образність сюжетів знесення сягнула свого емоційного максимуму. Ілюстрацією цього слугують фрески: «Знесення» Дж. Лафранко у церкві Сант-Андреа делла Валле (1625–1627); «Аллегорія Божественного провидіння» П. Б. да Картона (1633–1639) в палаццо Барберіні; «Св. Ігнатій Лойола в раю» А. Поццо (1691–1694) церкви Сант-Іньяціо (1684); «Тріумф імені Христа» Дж. Б. Гаулі (1670–1680) в церкві Іль-Джезу.

Видатні художники, що працювали в Римі у галузі монументального живопису і дали розвиток бароко, нерідко здобували мистецьку освіту в Болонській школі братів Карраччі, яка діяла від 1585 р. Тут було вироблено принципи живописної композиції, що в них поєдналися закони симетрії, кулісна схема розташувань об'єктів античної й ренесансної традицій, а також початки натуралістичного пейзажу. Так було сформовано модель римського класичного академізму, що вплинула на розвиток мистецтва всього XVII ст. Ілюзійні образи у доробку випускників академії, поєдналися з життєвими. У зрілому періоді творчості Аннібале Карраччі створив твори просякнуті натуралізмом побутових сцен. Зображені в них життєві ситуації і персонажі, завдяки складному тональному колориту, що його митець засвоїв від маньєризму Кореджо, були написані у синкретизмі реального і декоративного бачення.

Нові способи вивчення й зображення природи, введені приблизно у той самий період, у живопис Мікеланджело да Караваджо (1573–1610 рр.) ствердили, що натуральність сюжетів може бути радикальною. Найяскравішим свідченням цьому є триптихи митця у капелах двох римських храмів – Кантареллі Базиліки Луїджи деї Франчески (сюжети з життя Св. Матфея) і Чезарі у церкві Санта Марія дель Пополо (сюжети про апостолів Савла й Петра). Обидва цикли були створені у період 1599–1601 рр. Священність кожної події в них було розкрито засобами різко прописаних світлових променів, що прорізали темряву падали з горішнього (небесного) джерела. Цей надзвичайно ємний виразально-зображувальний мистецький засіб зображення реалістичного і містичного початків водночас є чинником перетворення загальної стилістики композиції.

Підводячи підсумки складної проблеми чинників відходу старих і появи нових парадигм у мистецтві раннього модерного часу, відзначимо, що теорія Г. Вельфліна наскрізного (лінійного) принципу у розвитку стилів у їх раціональній або ірраціональній ідеологіях і сьогодні не втратила своєї актуальності, але потребує подальшого уточнення. Співіснування різних стилів у мистецтві обраної епохи, було спричинене багатьма чинниками: зокрема формуванням шкіл і якісно новим етапом у розвитку мистецької освіти, у якому відобразилися нові наукові знання, різноманітні погляди на світ, знання про перспективу у композиції і прагнення відтворення нових станів і настроїв.

Твори образотворчого мистецтва XVII–XVIII ст. у своєму світогляді і духовній атмосфері демонстрували нове розуміння творчості як акту. У цю добу відбувався подальший рух від священності до світськості у загальному настрої живописної композиції. Бароко і класицизм, як провідні стилі цього часу, визначили національні обличчя в мистецтві більшості західноєвропейських держав.

### Список використаних джерел

1. Demchuk S. The Mannerist 'revolution', Dvořák and Soviet Art History. *Journal of Art Historiography*. 2021. № 25. Pp. 1–15.
2. Le Goff J. *Must We Divide History Into Periods?* New York Columbia University Press, 2015. 184 p.
3. Романенкова Ю.В. Феномен маньєризму у мистецтві Європи XVI– початку XVII СТ.: до питання про походження стилю. АРТ-платФОРМА. 2021. Вип. 1(3). С. 259–293.
4. Wölfflin H. *Renaissance and Baroque*. Collins: The Fontana Library, 1964. 183 p.

**Годлевський Володимир Олександрович**  
*аспірант НАКККиМ,  
провідний концертмейстер кафедри хореографії  
Інституту сучасного мистецтва НАКККиМ  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9889-5767>  
[volodymyr.hodlevskyu@gmail.com](mailto:volodymyr.hodlevskyu@gmail.com)*

### **Сучасна модернізація акордеонно-баянного інструментарію України: тенденції та перспективи**

Важливу роль у забезпеченні якісних художніх показників виконавської творчості відіграє інструментарій. В реаліях швидкоплинності новочасного часопростору технічно-матеріальний напрям є надзвичайно актуальним. Надзвичайно гостро стоїть потреба у залученні сучасного, якісного, потужного інструментарію для максимального задовільнення попиту та покриття потреб акордеонно-баянного мистецтва. Таким чином важливо сформувати універсальний пазл технічно-модернізаційних критеріїв що до досягнення відмінної результативності виконавської творчості акордеонно-баянного мистецтва України сучасного часопростору.

Акордеонно-баянний інструментарій пройшов досить довгий шлях розвитку, трансформації, адаптації, модернізації та реалізації потенційних доопрацювань та запроваджень технічного характеру для покриття потреб навчального процесу, виконавської творчості та композиторського задуму.

Удосконалення відбувається на фоні нових тенденцій наповнення фактурного плану, технічного вдосконалення зручності виконавського процесу, застосування тембрального забарвлення, розширення горизонтів у балансуванні лівої та правої рук, зростання звукової потужності інструменту, уніфікації міхової камери, оптимізації мензури обох клавіатур, підвищення якості конструктивних елементів корпусу, зменшення ваги інструменту та технічного обслуговування інструментарію.

Властивості акордеонно-баянного інструментарію розглядає у своєму дослідженні О. Резнік. Науковиця досліджує різні елементи



конструкції, які впливають на якісні показники у виконавській творчості. Розкриття цікавих нюансів призводить до висвітлення актуальних перспектив розвитку та удосконалення інструментарію, а також використання напрацьованих аспектів у практичній площині. Детально вона говорить про акустичні властивості та різновиди акордеонно-баянного інструментарію. «Головною властивістю баянно-акордеонного інструментарію є його спосіб звукоутворення – коливання металевого язичка під дією повітряного струменя».[1, с. 140].

Саме вдале та успішне впровадження новітньої технічної модернізації акордеонно-баянного інструментарію на прикладі майстерні Zenano Accordion Manufaktura [2] дозволило нам якісно визначити та проаналізувати проблеми інструментарю виконавської творчості, запропонувати потенційні рішення та анонсувати апробаційні моделі вдалих конструкторських досягнень, що беззаперечно призвели до якісних змін у формуванні думки що до максимально наближення до застосування професійного, якісного інструментарію сьогодення та майбутнього часопростору.

Не можна не згадати засновника, фундатора, організатора та ідейного лідера майстерні Zenano Accordion Manufaktura Є. Новікова.

Під час навчання в НМАУ на оркестровому народному відділі по класу баяна (зараз кафедра баяна та акордеона) він почав застосовувати та впроваджувати авторські елементи ремонту та модернізації баяна та адаптувати їх під назрілі, актуальні потреби виконавської творчості. Разом з Р. Ліцманом (випускник НМАУ оркестрового народного відділу по класу акордеона(зараз кафедра баяна та акордеона) вони впровадили цілу систему певних елементів удосконалення, завдяки якій фактично концертний готово-виборний акордеон чи баян, бувший в експлуатації 20-30 років завдяки глибокій модернізації та заміні деяких вузлів, фактично перетворюються на модерновий, новітній, відповідуючий сучасним вимогам виконавської творчості інструментарій.

Таким чином утворився творчій науково-технічний тандем з майстрів, глибоко розуміючих всі перспективні напрями технічно-модернізаційного руху завдяки власному виконавському досвіду, постійній комунікації з представниками світового концертно-виконавського контенту та відвідуванні та проходженні практичного набуття досвіду на провідних акордеонно-баянних мануфактурах світу.

Цікавим являється той факт що Zenano Accordion Manufaktura виконує ремонт або модернізацію абсолютно всіх вузлів та конструктивних елементів інструментарію. Майстерня проводить широкий спектр послуг, які дозволяють виправити назрілі проблеми та запропонувати найкращий технічний варіант модернізації з якісними показниками для сучасного контенту як для української так і світової виконавської творчості.

Якщо загально розглянути питання ремонту, модернізації та виго-

товлення окремих вузлів інструментарію на вищезгаданій мануфактурі, то можна впевнено стверджувати – ідеї та побажання конструктивних покращень йдуть від практичної потреби представників виконавської творчості.

До майстерні звертаються відомі музиканти, виконавці, композитори з різних кутків світу, які бажають доопрацювати, збагатити та покращити якісні показники свого інструменту. Саме вони надихають та прискорюють процеси розробки новітніх рішень що до інструментарію та їхні впровадження в освітній, виховний та концертний процеси.

Вартий уваги об'єм робіт, який виконує майстерня. Фактично, за потреби це повне обслуговування, деталізація якої розповсюджується на весь загальний діапазон конструкторських особливостей акордеонно-баянного інструментарію. Це все можна зрозуміти проаналізувати, розподіливши будову акордеону чи баяну на окремі пункти.

Одже, конструкція містить корпус, праву та ліву клавіатури, які поєднані між собою міховою камерою (міх). В середині інструментарію окремо можна виділити багато конструктивних елементів (голоси та резонаторні деки до них, механіка правої та лівої клавіатури, клапани, реєстрова машинка та шторка в правій клавіатурі, виборна система лівої клавіатури а також ще багато інших механічних елементів). Все це ефективно ремонтується, модернізується та удосконалюється за потреби глибокої модернізації на Zenano Accordion Manufaktura.

Окремо важливим питанням є естетичний вигляд інструментарію. Покраска сучасними фарбами решіток(правої та лівої) інструменту або їхня реставрація, повна заміна покриття інструментарію (целулоїд) та полірування забезпечують концертний вигляд та художньо-стильову направленість.

Пріоритетність розвитку виконавської творчості ставить нові виклики та завдання що до новітніх технічних рішень та застосування сучасних методик що до опрацювання проблем інструментарію, розбудові мережі ремонтно-експлуатаційних майстерень та впровадження новітнього модельного ряду для забезпечення покриття попиту представників виконавської творчості.

#### **Список використаних джерел**

1. Резнік О. С. Становлення й розвиток виробництва баянно-акордеонного інструментарію в Україні у XX столітті (органологічний аспект): дис... доктора мистецтвознав.: 17.00.03. Прикарпатський нац. ун-т ім.В. Стефаника. Старобільськ, 2022. 319 с.
2. Услуги. ZENANO – Accordion manufaktura. URL: <https://zenano.com.ua/services/> (дата звернення: 02.04.2024).

## **Виставки та ярмарки в структурі артринку України**

У структурі артринку вагоме місце посідають не лише комерційні артгалереї та аукціони, які безпосередньо займаються продажем мистецтва, а й зі світової практики добре відомо, що такі культурні інституції як музеї, картинні галереї, сучасні артцентри можуть підвищувати символічну цінність представлених у них артоб'єктів. Виставка у відомому і престижному культурному закладі є не тільки способом комунікації художника і глядача, а інструментом артмаркетингу для підвищення репутації, зростання популярності і вартості художника на артринку.

Музейна виставка традиційно є важливим і необхідним етапом у кар'єрі художника та інструментом для підвищення вартості колекції предметів мистецтва. Для художника виставка у таких провідних українських музейних закладах як, наприклад, Національний художній музей України у Києві, Одеський національний художній музей, Музей історії міста Києва – це знак якості та визнання.

Музей має важливе значення та авторитет у суспільстві як осередок, де зберігаються численні культурні цінності, які становлять не просто накопичене матеріальне надбання, а є джерелом історичної пам'яті. Високий статус культурно-просвітницьких закладів робить їх привабливими як для публіки, так і для зацікавлених представників артбізнесу.

Першочерговим питанням у багатьох публічних музеях на державному фінансуванні є брак коштів і необхідність фандрейзингу. Тому пошук додаткових джерел надходжень стимулює їх співпрацювати з представниками артринку та інших сфер діяльності. Комерційні підприємства, безпосередньо не пов'язані із мистецтвом, нерідко співпрацюють з музейними установами для створення позитивного іміджу і використання музейної виставки як маркетингового інструменту. Культурний бренд музею підвищує репутацію комерційних брендів в обмін на фінансування та медійну підтримку.

Під час війни українські музеї постають перед ще більшою загрозою – фізичного знищення чи пограбування. Але це окрема тема.

Експерти і учасники артринку нерідко піднімали питання необхідності створення Національного музею сучасного мистецтва. Для того, щоб оживити український артринок і представляти мистецтво країни на міжнародному рівні, спершу необхідне прийняття законодавства про меценатство, яке заохотить бізнес вкладати кошти у мистецтво і створення музеїв сучасного мистецтва<sup>66</sup>. Поки що закон про

меценатство перебуває у стані розробки.

Сьогодні найбільшим сегментом продажу на артринку є «Contemporary Art» і доволі поширеним форматом культурних інституцій стали приватні центри сучасного мистецтва. Виставки у великих приватних артцентрах є не менш престижними, ніж у традиційних музеях.

Першим подібним закладом в Україні став Центр сучасного мистецтва (ЦСМ) Сороса.

У 2006 р. у Києві відкрився «PinchukArtCentre», який є одним з найбільших артцентрів в усій Центральній та Східній Європі. Завдяки йому в Україні вперше побачили роботи відомих іноземних художників. Важливим напрямком діяльності «PinchukArtCentre» є сучасне українське мистецтво.

Напередодні створення «PinchukArtCentre» у 2004 р. був заснований Фонд «Сучасне мистецтво України».

Іншим великим центром сучасного мистецтва у Києві є «M17». Центр був заснований у 2010 р. відомим підприємцем, колекціонером та меценатом Андрієм Адамовським. І з недавніх великих проєктів – виставка «Концентрація волі» влітку 2023 р., де були представлені роботи кількох десятків сучасних українських художників.

У 2019 р. Фондом «Adamovskiy Foundation» було започатковано професійну премію «M17 Sculpture Prize» для митців, які працюють зі скульптурою та іншими видами тривимірного мистецтва. «Adamovskiy Foundation» має велику колекцію української та світової скульптури та інших творів відомих художників від кінця ХІХ ст. і до сьогодні.

Артцентри, які працюють із сучасними художниками, діють по всій території України. У Харкові найбільший виставковий простір і осередок, який підтримує молодих художників, – ЄрміловЦентр (Центр сучасного мистецтва ім. Василя Єрмілова). У Дніпрі великим центром, який проводить виставки сучасного українського мистецтва та освітні проєкти, є галерея «Артсвіт». В Івано-Франківську діє простір для підтримки місцевих сучасних художників «Асортиментна кімната». У Львові працює Артцентр Павла Гудімова «Я Галерея». У листопаді 2022 р., попри ракетні обстріли, Артцентр провів перший фестиваль «Львівський тиждень скульптури».

За зразком найстарішої у світі і найпрестижнішої Венеційської бієнале в Україні також з'явилися художні виставки, які відбуваються раз на два роки. Відомо, що на артринку існує так званий «ефект бієнале»: участь у престижній виставці, яка позиціонується як некомерційний проєкт, суттєво впливає на зростання комерційної успішності її учасників. Це стосується передусім самої Венеційської бієнале. Не кожна подія у сфері сучасного мистецтва, яка відбувається раз на два роки, має такий самий ефект. Але сама назва «бієнале» певною мірою може додати виставці престижу.

З 2015 р. існує Київська бієнале, ініціатором якої є Центр візуальної культури. У 2023 р. Київська бієнале розпочалася у жовтні в Києві, а завершитися має у січні 2024 р. у Берліні. Протягом цього періоду виставки планують провести одразу у вісьмох містах України та інших країн Європи: у Києві, Івано-Франківську, Ужгороді, Відні, Варшаві, Любліні, Антверпені та Берліні. Головною виставковою локацією обрано Відень. Як повідомляється, метою заходів є реінтеграція української мистецької спільноти разом з міжнародними колегами та осмислення викликів, які постали перед Україною, – політичних, культурних, соціальних, екологічних.

У жовтні 2021 р. стартувала Перша Українська Бієнале Цифрового та Медіа Мистецтва «UBiennale», яка пройшла у Києві в галереї «Artarea» («Артарея») під гаслом «30 років свободи». На бієнале було представлено понад 50 робіт цифрових художників з 15 країн світу: інсталяції, відеоарт, віртуальна реальність (VR), кінетичні артоб'єкти та NFT-експонати. У 2023 р. відбулася друга «UBiennale» [1].

Доволі престижними для українських художників є виставки, які організовує Національна Спілка Художників України.

Великі міжнародні артярмарки зараз в Україні тимчасово відсутні. Станом на початок 2022 р. спеціалізована ярмарка фотографій «Photo Kyiv» був практично єдиним великим артярмарком в Україні, який пережив часи пандемії. У зв'язку із повномасштабним вторгненням у 2022р. щорічний ярмарок в 2022-2023рр. не відбувся. Керівники проекту «Photo Kyiv» тепер здійснюють свою діяльність за кордоном: у 2022 р. кураторка «Photo Kyiv» Кароль Глозе Пиду провела виставку «Обличчя війни» у Нідерландах [2].

Отож, інфраструктура українського артринку після кризи і потрясінь 2020 та 2022 рр. зараз функціонує у редукованому вигляді: великі міжнародні артярмарки, які передбачають відвідування іноземними артдилерами, колекціонерами та туристами, в умовах небезпеки ракетних обстрілів неможливі. Стабільно працюють аукціони та артгалереї, переважно ті, які на ринку з 90-х та 2000-х рр.; активно проводяться виставкові заходи у Києві, Львові та виставки українського мистецтва за кордоном. Усі учасники артринку шукають і використовують нові можливості для продовження та розвитку своєї справи: залежно від наявного ресурсу, це може бути розширення продажів онлайн, надання освітніх чи консультативних послуг або вихід за межі українського артринку і відкриття нових локацій.

#### Список використаних джерел

1. Tsap K. «Пробудження»: у Києві відбудеться українська бієнале – медіа та цифрового мистецтва. BESTIN.UA. 2023. 25 листопада. URL: <https://bestin.ua/culture/probudzhennia-u-kyievi-vidbudetsia-ukrainska-biennale-media-ta-tsyfrovoho-mystetstva/> (дата звернення 24.04.2024)
2. Faces of war – a necessary show as poignant testimony. PhotoKyiv. URL: <https://photokyivfair.com/en/photo-kyiv-2022/> (дата звернення 24.04.2024)

*Висоцький Олександр Анатолійович*  
*аспірант кафедри культурології*  
*та міжкультурних комунікацій НАКККиМ*  
*dkr3122.ovysotsky@dakkkim.edu.ua*

## **Проектна діяльність як практика ціннісно-орієнтованого культуротворення**

Проектна діяльність є одна з пріоритетних і найперспективніших засобом ефективного культуротворення та продуктивної професійної діяльності. Розглядаючи проектну діяльність через призму створення та просування культурних практик, ми наголошуємо на винятковому значенні їх ціннісно-орієнтованій місії, цілепокладанні та здійсненні проекту. Проектування в культурі визначається інноваційністю, креативністю, сталістю культурного проекту.

Культурний проект є тією перспективною ініціативою, яка здатна вирішити різні виклики, стимулювати розвиток локальних культурних просторів, забезпечувати культурні потреби людини, формувати її ціннісні пріоритети. Дослідження феномену цінності, ціннісно-орієнтований культуротворчий інструментарій є актуальним і перспективним для культурологічного знання. Українські вчені, практики звертаються до осмислення ціннісних трансформацій в культурі, актуалізуючи світові тенденції, їх пріоритетність в культуротворчих процесах.

Так, за підтримки Українського культурного фонду було реалізовано проєкт «Світове дослідження цінностей», головна ідея якого полягала у виявленні і осмисленні цінностей окремих суспільств за різними тематичними блоками та індикаторами, вплив стабільності або трансформація цінностей на розвиток держав [4].

Осмислюються ціннісні трансформації і представниками вітчизняної культурології. Зокрема, доктор культурології Ольга Копієвська досліджуючи трансформаційні процеси в культурі визначає виняткове значення ціннісної моделі в культурних трансформаціях. Модель ціннісної трансформації вчена розглядає в контексті індивідуальних цінностей особистості, які відповідають її різноманітним потребам, принципам, ідеалам та настановам. В основі ціннісних трансформацій лежить процес консолідації, якій здійснюється через закріплення системи цінностей, культурних зокрема. Наголошує вчена і на радикальних ціннісних трансформаціях, які на її думку призводять до «дестабілізації суспільства, хаосу в суспільних відносинах, загальної маргіналізації, втрати етнічної ідентифікації» [2, с. 144].

Ольга Копієвська слушно наголошує на важливості формування ціннісного фундаменту локальних культурних практик, що на думку вченої дозволить сформувати ціннісно-орієнтоване суспільство [1].

До проблематики ціннісних трансформацій звертається доктор фі-

лософії Валерій Сіверс. Вчений характеризує цінність як процес її здійснення, наголошує на тому, що її розуміння й описовість не може бути охарактеризована таким поняттями як сталість, доконаність, завершеність. Сутністю цінність вчений розглядає через: людський енергетичний перенос та реалізацію, виконання заданості призначення людини як остаточної інстанції інтерпретації ціннісного імпульсу образу. Вчений вважає, що саме таким чином можна знайти топологічний простір реалізації цінності [5, с. 4].

Зважаючи на різний культурологічний контекст розгляду феномену цінностей, проєктна діяльність як практика ціннісно-орієнтованого культуротворення культурологами не розглядалась. Проєктна діяльність, її ціннісно-орієнтації розглядаються переважно представниками економічних наук, де осмислюється цінність проєкту з позицій різних зацікавлених сторін, цінності людських ресурсів, динамічного і статичного зростання цінності проєкту тощо. Дослідники розробляють авторські моделі збалансованої оцінки успішності проєктів на основі методичних індикаторів цінності, практичним акцентом яких є: «ідентифікація цінності (місія та стратегічні цілі, аналіз стейкхолдерів, складання збалансованих карт, економічна оцінка тощо); підбір і впровадження механізмів для управління цінністю; підбір параметрів для оцінки цінності (KPI); відстеження цінності (на етапі роботи над проєктом); підтримка продукту після введення в експлуатацію; управління знаннями; оцінка створеної цінності» [3, с. 41].

Особливу увагу до ціннісно-орієнтованого спрямування проєктної діяльності приділяє Український культурний фонд. В методичних рекомендаціях «Як управляти проєктом УКФ» наголошується про ціннісний підхід при підготовці проєкту, зокрема акцентується на тому, що державна підтримка культурних проєктів повинні транслювати і розділяти демократичні цінності, повагу до різних соціально-вікових категорій та етно груп [6, с. 5].

Досліджуючи проблематику проєктної діяльності в дискурсі практик ціннісно-орієнтованого культуротворення можна констатувати про визначальну місію і значення культурних проєктів в їх глобально-локальному значенні. Транслювання демократичних, суспільно-державних, національних, культурних, моральних цінностей через культурні проєкти і є тим культуротворчим інструментом, який дозволить нам визначати сенс нашого життя та змістовно наповнювати його унікальним, витонченим українським.

#### Список використаних джерел

1. Копієвська О. Р. Поняття «локальне» в контексті сучасних культурних практик та креативних ініціатив. Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24 квітня 2017 р.). Київ : НАКККІМ, 2017. С. 64–67.
2. Копієвська О.Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис. ... д-ра

- культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
3. Олех Т. М., Колеснікова К. В., Мезенцева О. О., Гогунський В. Д. Розробка моделі збалансованої оцінки успішності проєктів на основі методичних індикаторів цінності. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проєктами. 2021. № 1(3). С. 39–48.
  4. Світове дослідження цінностей 2020 в Україні: проєкт / Л. Акуленко та ін. Київ, 2020. 216 с. URL: <http://ucerp.org.ua/doslidzhennya/world-values-survey-2020-in-ukraine.html> (дата звернення : 12.02.2024).
  5. Сіверс В. А. Символічні трансформації цінності. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. 2011. № 3. С. 3–8.

**Сеножатська Ярослава Олександрівна**

*магістрант ЗНУ, м. Запоріжжя*

*22yaroslava22@gmail.com*

*<https://orcid.org/0009-0009-0566-2429>*

*Науковий керівник: **Брянцева Ганна Володимирівна,***

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*кафедри дизайну ЗНУ, член Спільноти дизайнерів України*

*bganna33@gmail.com*

## **Дослідження використання сучасної витинанки у дизайні поліграфічної продукції**

Вінницький обласний краєзнавчий музей наводить таке визначення витинанкам: «витинанки (від українського слова «витинати», тобто «вирізувати», «вивертати») – це вид давньо-слов'янського, зокрема українського народного декоративного мистецтва» [1].

Витинанки, як і писанки або вишиванки, є невід'ємною частиною української культури. Зазвичай ними прикрашають житло та створюють з паперу, що прорізується ножицями різного розміру. Цей вид декоративно-ужиткового мистецтва не відійшов в небуття, а добре прижився і набув сучасного вигляду, наприклад, як у роботах Дарії Альошкіної, яка пропагує цей вид мистецтва. Вона надихається роботами народної творчості, їх орнаментами та символікою, які потім поєднує зі своїми ідеями. В результаті створюються великоформатні витинанки, популярні нині як в Україні, так і за її межами. Дарія створює роботи, як для виставок у галерейних локаціях, так і для приватних колекцій. У своїх інтерв'ю вона розповідає, що витинає ножем, скальпелем та лезами на великому товстому папері, що відрізняється від традиційної техніки. Це пояснюється більшою зручністю і охайністю у виконанні робіт та кращому їх збереженні та транспортуванні. Втім, нею залишено суть виготовлення витинанки у вигляді складання та прорізування формату. Також мисткиня експериментує з матеріалами і, крім паперу, використовує синтетичні полотна. [2], [3]

Однак, витинанки змогли вийти за межі суто декоративного твору



і наразі вони використовуються не лише як окремий вид мистецтва, а також інтегрувались у сферу дизайну та поліграфії. Наприклад, ілюстратор та дизайнер з Луцька Ірина Корчук створює принти для одягу на основі виготовлених нею витинанок. Спочатку створюється сам виріб, потім його зображення оброблюється в комп'ютерних редакторах, створюється векторна графіка, що дозволяє друкувати готові принти на тканині. [4]

Розповсюдженням є використання образу витинанки у дизайні сучасного українського плакату. Як-от у рекламному постері гурту «DakhaBrakha» застосовані додаткові зображення, що виглядають наче витнуті з паперу. [5]

Дизайн-студія «Braty» у постері «Україноканадці» зробила центральним елементом кленовий лист, що теж нагадує витинанку. Окрім того, цей лист став графічною частиною логотипу у самому проєкті «Ukrainian Canadians». [6]

Така популярність пов'язана із загальним розвитком етнодизайну в Україні, через більше усвідомлення українцями у собі національної ідентичності, що в цілому спричинене війною з Росією.

Окрім друку, створення зображень за рахунок порожнечі теж знайшло своє місце у виготовленні поліграфічної продукції. Такий післядрукарський прийом як «вирубка» перекликається з мистецтвом витинанки. Видання, де він використовується, зазвичай друкуються невеликим тиражем і дорого вартують у порівнянні зі звичайними книгами. Проте, попит на них зберігається високим і стабільно щороку видаються і перевидаються книги де задіяна «вирубка».

Доречно використана «вирубка» в артбуці «Воля» від видавничого проєкту «Projector Publishing». [7] У виданні, за її допомогою, створюється образ ґрат, за яким полонений птах. І перегортаючи таку витинанку сторінку, читач «вивільняє» птаха. Таким способом створено обкладинку артбуку, також витинання зустрічаються і в основному блоці видання. Витнута решітка і птах за нею кожен раз змінюються за композицією та кольором. Передбачено, що в процесі читання усі птахи мають «вивільнитись» зі свого полону. Така ідея несе подвійний сенс і проєцирується на образ українців, що так само потерпали від неволі.

У висновку слід зазначити, що в сучасному дизайні поліграфічної продукції використовується як і стилістика зображень «під витинанку» так і саме витинання, що адаптовано для друкарень у вигляді «вирубки».

Дане дослідження доводить актуальність використання елементів витинанки у власній розробці артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер», чим можна остаточно затвердити використання «вирубки» у концепції та перейти безпосередньо до проєктування видання. Наразі означено, що «вирубка» буде задіяна на лицьовій частині обкладинки, яка відтворюватиме силует вікна у густий ліс, та на самих сторінках у вигляді

декоративних елементів що доповнюватимуть ілюстрації (пояс у мольфара, колоски, мох на болоті, хвилі на воді, силуети місяця, візерунків на стіні із символом Марі).

#### Список використаних джерел

1. Словник на сайті вінницького обласного краєзнавчого музею URL: <https://vinnytsia-museum.in.ua/glossary/vyutynanka>
2. Інтерв'ю Дарії Альошкіної для ZAXID.NET URL: [https://zaxid.net/mistetstoznavtsi\\_kazali\\_shho\\_na\\_vitinanki\\_v\\_ukrayini\\_nemaye\\_modi\\_n1512083](https://zaxid.net/mistetstoznavtsi_kazali_shho_na_vitinanki_v_ukrayini_nemaye_modi_n1512083)
3. Інтерв'ю Дарії Альошкіної для Суспільне Вінниця URL: <https://suspilne.media/vinnytsia/509089-vidrodila-j-popularizue-u-sviti-ukrainske-remeslo-vitinanki-istoria-mistkini-so-rodom-iz-vinniccini/>
4. Офіційна фейсбук-сторінка магазину Ірини Корчук URL: <https://www.facebook.com/korchiprint>
5. Посилання на сторінку продажу квитків з рекламним постером «DakhaBrakha» URL: <https://tkt.ge/en/event/358095/dakhabrakha-live-mono-hall-tbilisi>
6. Офіційна сторінка дизайн-студії «Braty» URL: <https://www.braty.studio/ukrainian>
7. Офіційна сторінка «Projector Publishing» із презентацією артбуку «Воля» URL: <https://projector-publishing.webflow.io/projects/telegraf-volia>

*Атландерова Катерина Анатоліївна  
здобувачка НАКККіМ*

### Мурал як сучасний спосіб мистецької комунікації

З появою сучасних технологій у людства виникло безліч варіантів комунікації. Але, найдавнішим і дуже ефективним способом залишається передача інформації за допомогою візуальних образів. Саме таку можливість дає сучасне вуличне мистецтво мурал-арту.

Мурал є комунікатором між художником і глядачем. Він може ефективно використовуватися як для естетичного розвитку міського середовища, так і для передачі, розповсюдження складних комплексів ідей, систем цінностей, форм світосприйняття та настроїв (1).

Все більше громад представляють свої площини – вільну зону самовираження, широкі можливості для митців. Є попит на відновлення зовнішнього вигляду цілих мікрорайонів, особливо спальних, типової забудови. Завдяки таким програмам, митці можуть брати участь у створенні та розвитку комфортного та сучасного міста (2).

Міські вулиці завжди були середовищем, де зустрічалися культурні прояви кожного історичного періоду, а його образ трансформувалася під впливом різних соціальних політичних та економічних ситуацій.

На початку 2000-х років, світ охопив бум мурал-арту. Величезні зображення стали з'являтися на стінах промзон, а потім і в центральних частинах міст. Окрім того, що ця форма публічного мистецтва додає вулицям візуальний інтерес, мурали виконують кілька важливих соціальних функцій (3).

Вони можуть нести суспільні меседжи про політичні, соціальні чи культурні проблеми.

Мурали відображають місцевий контекст людей, районів та історії краю, допомагають сформувати відчуття ідентичності та місця громади, об'єднати людей і сприяють почуттю гордості і приналежності серед мешканців міста.

Вони дають змогу прикрасити та оживити міські простори, залучити туристів, тим самим потенційно сприяють економічному розвитку. Розробка пішохідних екскурсій місцями розташування популярних муралів збільшує потенціал туристичної індустрії (4).

Ці величезні зображення також використовуються в процесі редизайну публічних просторів і підвищують їхню економічну цінність, залучаючи нові бізнеси. Екологічна інтеграція підкріплюється експериментами з повторним використанням матеріалів. Також часто створюються мурали з приєднанням до художньої композиції рослин, що призводить до підвищення екологічної свідомості.

Стінописи можливо використовувати з освітньою метою – як інструмент обміну інформацією про культуру чи історію міста, або як засіб звернення уваги до певної проблеми або соціально-значущої теми.

Вони також можуть служити формою опору чи протесту, виступати за зміни у суспільстві чи виражати незадоволення суспільними процесами. Мурали є площиною для збереження та відзначення історії громади, культурних традицій або для демонстрації творчості та різноманітності її жителів. Ця форма культурної спадщини допомагає підтримувати зв'язок із минулим і передавати інформацію майбутнім поколінням (3).

З початком російської воєнної агресії, через мурали художники всього світа почали висловлювати своє ставлення до розв'язаної російською війни проти України. Так вони реагують на окремі новини та події, або просто підтримують українців, які переживають цей складний етап в історії нашої країни. Окрім цього, на таких стінописах часто розміщені QR-коди із посиланням на збір коштів для ЗСУ (5)

Після звільнення Київщини у 2022 році, багато всесвітньо відомих вуличних художників відвідали постраждалий регіон і залишили на стінах зруйнованих міст свої малюнки (5, 6). Деякі з них, наприклад роботи Бенксі, вже внесені до переліку об'єктів культурної спадщини і ретельно охороняються державою (7)

Поява кожного нового муралу зазвичай викликає активний соціальний диспут. Обговорюється доцільність, влучність, тематика та візуальна естетика. Ці процеси динамічно використовують внутрішню енергію громад, що автоматично викликає соціальні діалоги та зв'язки. Активізація креативності в місті може призвести до стрибка в соціальному та економічному розвитку громади.

Створення муралу, в кінцевому підсумку, спрямовані на консолідацію місцевих спільнот, вони сприяють соціальній інтеграції. Мистецтво спільноти є сильним та ефективним інструментом для вдихання життя у занедбані громадські простори.

#### Список використаних джерел

1. Mural – The History and the Meaning // Widewalls. – URL: <https://www.widewalls.ch/what-is-a-mural-the-history-and-meaning> (дата звернення 16.04.2024).
2. Стенографія: Про що мовчать мурали Києва// 34travel. – URL: <https://34travel.me/post/street-art-kyiv> (дата звернення 16.04.2024)
3. Claudia Walde, Mural xxl : what graffiti and street art did next, Thames & Hudson, 2015
4. «Про що розповідають мурали в Києві», Телеканал Київ 24 <https://youtu.be/YkumcSvh8pA?si=CKg2vwA4r1EDT0M2> 9 дата звернення 16.04.2024)
5. Мурали у Харкові, Ізюмі та Бучі: роботи американського художника <https://youtu.be/L2rgoC5Vm-o?si=Kud9qP6XzeVKCYwm> (дата звернення 28.04.2024)
6. Інстаграм-сторінка [https://www.instagram.com/bandit\\_graffiti/](https://www.instagram.com/bandit_graffiti/) (дата звернення 28.04.2024)
7. NV-Art, Бенксі в Україні <https://life.nv.ua/ukr/amp/benksi-v-ukrajini-cinnist-robot-benksi-dlya-ukrajini-i-shcho-roboti-z-yogo-graffiti-mistectvoznavec-50285194.html> (дата звернення 28.04.2024)

**Жадик Ірина Сергіївна**

*аспірантка НАКККіМ, викл. музично-теоретичних дисциплін  
Миколаївського фахового коледжу культури і мистецтв  
[jadikpciops13@gmail.com](mailto:jadikpciops13@gmail.com)  
[orcid.org/0000-0003-2403-3985](https://orcid.org/0000-0003-2403-3985)*

### **Самоцитування та самодіалог у сучасній композиторській творчості**

Творчість композиторів ХХІ століття представляє великий інтерес для музикознавчого аналізу. Зацікавленість викликає діалог епох, стилів, прийомів та поєднання власних новаторських ідей з класичними нормами формотворення. Виникають нові композиторські школи.

Творчість сучасних українських композиторів різноманітна та самобутня. Серед прийомів особливе місце займає солілоквіум, що використовувався ще за часи античності у працях філософів, але досі має величезне значення і розповсюджений саме як особлива форма діалогу у музиці. Питання внутрішнього самодіалогу та самоцитування розглядалося в працях таких музикознавців, як О. Козаренко, О. Самойленко, А. Стоянової й досі не втрачає своєї актуальності.

Одним з яскравих представників сучасних українських композиторів є Василь Івасів. Свій творчий шлях він розпочав не маючи професійної музичної освіти. Але на час вступу до музичної академії у його доробку були твори для симфонічного, струнного та камерного оркестру з розширеним складом, написані лише на базі самоосвіти. Однією з особливостей творчості В. Івасіва є самодіалог та самоцитування. Подібний діалогічний зв'язок можна простежити між ранніми

творами та композиціями, написаними по канонам одеської композиторської школи. Водночас при розгляді творчості чітко простежується власна манера письма, стиль та присутні нові прийоми.

Використовуючи інтерв'ю із автором на даний момент найбільший інтерес викликає аналіз сонати для скрипки та фортепіано, завершений у червні 2021 року, в якій використовується самоцитування. Для музичного діалогу між творами використано дві симфонічні поеми композитора: «Адажіо для струнних» (завершені у 2017), «Явір» (завершений у 2018 році до отримання освіти) та «Мертва вода» (завершена у 2020 році у консерваторії.)

Експозиція першої частини сонати заснована на двох темах: у головній партії тема з поеми «Явір» 00:17, у побічній перероблена тема з Адажіо для струнних 1:52, яка у розробці звучить у близькому до оригінального твору вигляді 4:46. Розробка починається з побічної партії, як ще одне її проведення 3:22, але далі перетікає до головної 3:54. Розділи розробки перемежуються рефреноподібним фрагментом, що ґрунтується на матеріалі головної партії 4:11, 5:01, 5:56. Реприза стиснута (риси стилю, за аналогією з Мертвою водою) 6:41 побічна партія з'являється в новій якості: через тотальне домінування головної партії в розробці, тема стає похмурою, проводиться в низькому регістрі, і після своєї кульмінації в нижчій точці 7:22, не розвивається далі, а зациклюється на одній зі своїх інтонацій. У якості коди використаний матеріал зв'язки між головною і побічною партіями 7:33.

Друга частина повільна 7:55 має тричастинну форму. У звуках основної теми закладено монограму. Вона також повторюється в репрізі у варіанті 12:23: ноти ті самі, але деякі з них включають знаки альтерації. Середина другої частини 9:22 символізує події, які і змінюють образ, що виражається основною темою другої частини.

Третя частина твору композиційно є зменшеною копією всієї сонати (елемент іронії, гумору, перегукується з образною частиною вступу та ГП першої частини та основною темою третьої частини): перша частина, як і перша частина всієї сонати, найтриваліша, з таким же темпом 13: 27, друга повільна, загалом меланхолійна 14:55, третя найшвидша і найлаконічніша 15:51.

Із нестандартних прийомів автор зазначає *Doit*. Це прийом гри на скрипці, який виконується як висхідне глісандо, з грайливою, закрученою вгору інтонацією. Крім того, специфічне використання рикошету, коли смичок на одну тривалість підстрибує багато разів, з почастиванням. Цей прийом є стилеутворюючим. Він був використаний також у квартеті і в перекладі для скрипки і фортепіано Адажіо для струнних). Характерними для автора в камерних творах педальні нашарування, приміром він їх використовував у перекладі для скрипки та фортепіано Адажіо для струнних, у Варіаціях, у циклі мініатюр для фортепіано.

Твори Василя Івасіва викликають великий інтерес. Як сучасний

молодий композитор – він вміло поєднує традиції та нові віяння, власні новаторські прийоми. Оскільки його творчість ще не досліджена – залишається широкий спектр для аналітичного простору і подальшого відстеження солілоквіуму в його композиціях.

#### **Список використаних джерел**

1. Самойленко О. І. Діалог як музично-культурологічний феномен: методологічні аспекти сучасного музикознавства: дисертація д-ра мистецтвознавства: 17.00.03 / Національна музична академія ім. П.І.Чайковського. – К., 2003.
2. Стоянова А. Д. Явище солілоквіума у сучасній композиторській творчості: до постановки проблеми. Музичне мистецтво і культура. 2017. Випуск 25.
3. Івасів В.В. Ноти сонати для скрипки та фортепіано. URL: <https://drive.google.com/file/d/1PsoEVXrlaW1QsfclsG564Jz9smBxKiIv/view?usp=drivesdk>
4. Івасів В.В. Запис сонати для скрипки та фортепіано. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=h0mnxY5nCuI>

***Никоненко Кароліна Юрївна***

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
кафедри журналістики та міжнародних відносин  
ПВНЗ «Київський університет культури»  
nikonenko.7karolina@icloud.com  
<https://orcid.org/0009-0000-8139-8660>*

### **Українська кіноіндустрія в умовах війни та повоєнний час: перспективи та розвиток**

На третьому році повномасштабної війни в Україні, значна частина українського суспільства продовжує толерувати пропагандистські наративи зі сторони рф. Українці не тільки продовжують споживати російський контент, виправдовуючи свої безвідповідальні дії «свободою вибору», а й несвідомо підтримують культурну апропріацію з боку рф. Існує поширене упередження, що без російської культури та радянських доробків, більшість з яких теж є вкраденими у закордонних митців, Україна не є цілісною державою.

Культурна апропріація не єдине, чим може пишатися російська влада, в цей список також увійшли: нав'язування комплексу меншовартості, жорстока маргіналізація населення та глузування з інших країн. Протягом багатьох років бути українцем було соромно і непрестижно. Війна – сильний каталізатор змін, та цього не достатньо. За даними Укрінформ [1] лише протягом 2022 року росія витратила на пропаганду у медіа 1,9 мільярда доларів.

У 2024 році бюджет російського «Фонду кіно» сягнув 9,4 мільярда рублів, що перевищило тогорічний в 1,5 рази. Звичайно державні кошти отримуватимуть ті проєкти, які прославлятимуть «велику страну» і поширюватимуть необхідні сьогоднішній владі наративи. Наразі масштабні витрати з українського держбюджету на підтримку

вітчизняного кіно є неможливими. Єдиним варіантом лишатися на міжнародній культурній арені та транслювати свою правду через національне кіно для України є залучення іноземних партнерів. Комунікація з боку Міністерства культури та інформаційної політики України вибудована не найкращим чином. У 2023 році було звільнено міністра культури України Олександра Ткаченка через скандал з 33 мільйонами гривень з держбюджету на серіал, який збирався знімати Юрій Горбунов. Але це не перша «гучна справа» Мінкульту і самого Ткаченка тільки за час повномасштабної війни в Україні (білі списки російських артистів, символ тризуба з сексуальним підтекстом та інші). Розвиток культури, кіноіндустрії, телебачення – на часі, але для цього потрібно шукати позабюджетні ресурси, а з цим ексміністр не впорався.

Від липня 2023 року Ярослав Карандєєв тимчасово виконує обов'язки Міністра культури та інформаційної політики України. Карандєєв вважає, що зараз український кінематограф має концентруватися на створенні документальних стрічок та фільмів, які будуть представляти Україну за кордоном на великих кінофестивалях та в міжнародному прокаті. Таку позицію підтримало багато українців, тому правильно розставлені акценти допомогли Карандєєву стати В.О. Наразі питаннями кінематографії в Україні займається саме Держкіно [2]. Державне агенство України з питань кіно займається цілою низкою питань: авторським правом, прокатними посвідченнями, бюджетуванням, міжнародним співробітництвом, внесенням фільмів до державного реєстру та іншими питаннями. У січні 2024 року впливові українські кінодіячі висловили недовіру і до Держкіно, а точніше до керівництва установи. У відкритому листі до президента України, голови Верховної Ради та прем'єр-міністра кінодіячі висловили звинувачення у «системному непрофесіоналізмі Держкіно, нечесній практиці та неефективній роботі з міжнародними партнерами» [3].

Проблемою є не тільки якість і сенси, які транслюють сучасні кінематографісти у своїх стрічках, а й неможливість залучення необхідного на постпродакшн і промо бюджету. На цьогорічній премії «Оскар», яка пройшла в березні 2024 року більшість відзначених кіноакадеміками акторів та режисерів висловлювали свою подяку саме піарникам. Без гідного промо, бюджет якого має складати мінімум 15 відсотків від вартості всього проєкту, не варто навіть замислюватися про великі бокс-офіси, престижні кінопремії та успіх у міжнародному прокаті. У 2023 році фільм «Барбі» Грети Гервіг зібрав у світовому прокаті понад 1,445 мільярда доларів [4]. Так сталося тому, що кінокомпанія «Warner Bros.», яка є дистриб'ютором стрічки, витратила 150 мільйонів доларів на маркетингову кампанію фільму. Сума перевищує навіть бюджет на виробництво самої картини, що становить 145 мільйонів доларів. Маркетинг, безперечно, виправдав себе, оскільки «Барбі» став найкасовішим фільмом 2023 року у прокаті США [5].

Як Україна може вплинути на ситуацію з недостатнім бюджетуванням українських фільмів та їхніх промо-кампаній. Рішенням може стати: проведення аналізу та «роботи над помилками» в комунікації з іноземними партнерами; при виділенні коштів на зйомки фільму, одночасне виділення бюджету під грифом витрат «на маркетинг»; контроль фінансованих державою коштів кінодіячам; створення нових робочих місць для такої позиції, як промо-продюсер. В Україні багато хороших PR-спеціалістів, але мало тих, хто розуміє принципи просування саме кінопродуктів. Очільницею Держкіно є Марина Кудерчук, яка протягом останніх декількох років також постійно потрапляє у скандали. Представницька робота Держкіно на українських та міжнародних кінофестивалях є необхідністю, особливо зараз. Це необхідно для того, щоб іноземні інвестори та впливові кіноспілки могли нарешті побачити потенціал України в кіновиробництві та стати донорами, інвестуючи свої кошти в українських митців та їхні аудіовізуальні твори. В українському інформаційному просторі поширюється наратив про те, що Україна ганебно провалила комунікацію з іноземними партнерами на державному рівні.

Тіна Локк, естонська політикиня та директорка Таллінського міжнародного кінофестивалю PÖFF (прим. – після початку повномасштабного вторгнення, вони підтримали Україну та українських митців, а росії заборонили брати участь у фестивалі) сказала: «Марина Кудерчук абсолютно некомпетентна в кіно. Дуже важко розмовляти з людиною, яка навіть на елементарному рівні не знається в кінематографі – ані локальному, ані світовому. До того ж вона абсолютно не володіє жодною мовою – не те що англійською, а, здається, навіть українською вона не говорить. Та й російською про неї говорити нема про що. Шкода, що вашим Держкіно зараз керує людина, яка зовсім не відповідає тій ситуації і тим обставинам, в яких опинилася Україна й український кінематограф сьогодні. Хоча навіть у мирний час необхідно, щоб такою інституцією керувала людина, яка б хоч трохи розбиралася в кіно. Тому я переконана, що для українського кіно було б тільки краще, якби її звільнили. Але ми будемо підтримувати Україну й українських колеґ попри все й надалі, в першу чергу завдяки нашим прямим контактам з режисерами та продюсерами». [6]

У Жовтні 2023 року Кудерчук знову відзначилася на церемонії закриття 52-го Київського міжнародного кінофестивалю «Молодість». Після виступу Марини Кудерчук, як представниці Держкіно, її освистали присутні в залі з вигуками «ганьба» і так далі. Пізніше слово отримав тогорічний переможець фесту Ігор Бабаєв, який від імені багатьох кінематографістів публічно попросив Кудерчук піти з Держкіно, режисер отримав цілу хвилю оплесків та вигуків «браво». Все, що Кудерчук спромоглася відповісти зі сцени, – «Просто хтось створює фільми, а хтось створює срачі» [7]. Ця ситуація вкотре показала, на



якому рівні стоїть комунікація очільниці Держкіно, яка представляє Україну на світовому рівні.

Якщо не зважати на культурний розвиток країни, то по закінченню війни можна опинитися значно позаду. Південна Корея багато років була колонізована Японією, корейська мова була заборонена, як і будь-який націоналістичний прояв. Після того, як країна нарешті виборола свою незалежність, вона постала на світовій арені, як ледь не найбідніша, культурно та технологічно нерозвинена країна. Пройшло понад 70 років, країна досі вважається достатньо молодою, але країною, зі зразковою економікою. Так сталося завдяки появі «корейської хвилі». Корейська хвиля або «халлю» – це поняття, що характеризує проникнення культури Південної Кореї далеко за її межі. Сьогодні європейська молодь користується корейською косметикою, слухає К-поп (прим. – корейська музика), надихається корейськими айдолами, дивиться корейські дорами та впливає на корейську економіку, подорожуючи до Південної Кореї, а корейські кінематографісти вперше за всю історію отримують «Оскар» за фільм, повністю знятий за корейськими стандартами (прим. – фільм «Паразити» Пон Чжун Хо). Це той результат, який хотілось би бачити і в Україні.

Українському суспільству необхідно раз і назавжди відмовитись від усього російського, від усього радянського, від усього, що хоч якось пов'язує нас із росією і дає надію на існування нарративу про «дружбу народів» і «старшого брата». Відмовитись – означає не «надати нової концепції», а все-таки демонтувати. У квітні 2024 року у КМДА повідомили, що «Арку Дружби народів», наразі перейменовану на «Арку свободи українського народу» не демонтуватимуть, а наддадуть нового значення [8]. Тут знову виникає питання і до КМДА, і до Мінкульту стосовно питання необхідності збереження цієї пам'ятки архітектури. Вже під час повномасштабного вторгнення в національний прокат вийшла велика кількість українських фільмів, деякі з них провалились в прокаті через різні причини, хоча дійсно були якісно зняті, деякі збирали чудові бокс-офіси, будучи при цьому «шароварщиною», розрахованою на масового глядача, а деякі успішно прокатувались у міжнародному прокаті та збирали нагороди на міжнародних кінофестивалях. Основним кінотріумфом для України у 2024 році стало здобуття першого «Оскару» у номінації «найкращий повнометражний документальний фільм», який отримала стрічка «20 днів у Маріуполі» Мстислава Чернова.

На кожен фільм є свій глядач, але кінематографістам варто орієнтуватися ще й на те, якою б вони хотіли бачити Україну на світовій культурній арені. Для цього керівні посади у таких структурах, як Держкіно, мають займати люди, які вміють, і які готові аналізувати та концептуально розвивати українську кіноіндустрію, яка в майбутньому має всі шанси стати взірцем для інших країн Європи та світу. Гост-

рим залишається питання кадрового ресурсу в Україні загалом та конкретно у сфері культури та кінематографу.

#### Список використаних джерел

1. Дослідження Укрінформ «Росія торік витратила на пропаганду у медіа \$1,9 мільярда». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3711327-rosia-torik-vitratila-na-propagandu-u-media-19-milarda.html> (дата звернення: 25.04.2024).
2. Офіційний вебсайт Державного агентства України з питань кіно. URL: <https://usfa.gov.ua/> (дата звернення: 20.04.2024).
3. Ольга Паньків «Українські кінодіячі висловили недовіру Держкіно та закликали виправити рекордний бюджет на ЗСУ». URL: [https://kino.24tv.ua/skandal-derzhkino-chomu-obureni-ukrayinski-kinodiyachi\\_n2480706](https://kino.24tv.ua/skandal-derzhkino-chomu-obureni-ukrayinski-kinodiyachi_n2480706) (дата звернення: 25.04.2024).
4. Box Office Mojo «Barbie». URL: <https://www.boxofficemojo.com/release/r11077904129/> (дата звернення: 27.04.2024).
5. Ayomikun Adekaiyero «Barbie reportedly had a \$150 million marketing budget – more than the movie's actual budget». URL: <https://www.businessinsider.com/barbie-had-150-million-marketing-budget-2023-7> (дата звернення: 27.04.2024).
6. Олег Батурін «Для всіх естонців це також наша війна. Як Таллінський кінофестиваль PÖFF підтримує українців і українське кіно». URL: [https://lb.ua/blog/oleg\\_baturin/589512\\_dlya\\_vsih\\_estontsiv\\_tse\\_takozh.html](https://lb.ua/blog/oleg_baturin/589512_dlya_vsih_estontsiv_tse_takozh.html) (дата звернення: 29.04.2024).
7. Стаття New Voice «Кіносільнота нарешті виплюнула отруту». URL: <https://life.nv.ua/ukr/art/skandal-na-festivali-molodist-golovu-derzhkino-marinu-kuderchuk-ovsvitali-na-zakritti-video-50364341.html> (дата звернення: 29.04.2024).
8. Офіційний портал Києва. URL: [https://kyivcity.gov.ua/news/misto\\_narazi\\_ne\\_demontuvavime\\_arku\\_svododi\\_ukranskogo\\_narodu\\_a\\_prostrir\\_bilya\\_ne\\_otrimaye\\_novu\\_kontseptsiyu/](https://kyivcity.gov.ua/news/misto_narazi_ne_demontuvavime_arku_svododi_ukranskogo_narodu_a_prostrir_bilya_ne_otrimaye_novu_kontseptsiyu/) (дата звернення: 26.04.2024).

**Падалко Вікторія Олегівна**

*аспірантка НАКККіМ*

*dmz2121.vpadalko@dakkkim.edu.ua*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8542-5336>*

*Науковий керівник: Афоніна Олена Сталівна,*

*доктор мистецтвознавства, професор,*

*професор кафедри хореографії НАКККіМ*

### **Музично-літературний проєкт Вікторії Падалко «Як співають слова видатних українців»**

У сучасному світі, коли перед українською культурою з одного боку постала загроза фізичного винищення, а з іншого – перспектива повної культурної асиміляції осіб, які змушені були виїхати закордон, збереження й трансляція культурної пам'яті є найгострішими потребами. У кризові часи допомоги в цьому може звернення до джерел, фольклорної спадщини, творчості класиків тощо. Пам'ятаємо, як трагічні події Революції Гідності були пронизані болюче актуальними рядками Тараса Шевченка, народними піснями під супровід бандури чи фортепіано, або й а капела. Тенденція звернення до поетичних текстів українських класиків дедалі частіше знаходить своє втілення в

музичних інтерпретаціях. Значення таких інтерпретацій непересічне, охоплює безліч сфер: від зміцнення національної ідентичності до зовнішньої культурної дипломатії. У цьому полягає актуальність цієї наукової розвідки. Музично-літературний проєкт «Як співають слова видатних українців» починав зароджуватися у авторки ще за шкільних часів. Цьому сприяло бажання представити видатних українських поетів як справжніх людей, а не витесаних з каменю пам'ятників. Показувати їх почуття, передані ними у творах, сумніви, переживання, пошуки, розчарування, любов... Таким чином почали з'являтися авторські пісні на слова відомих поетів, знакових постатей для історії України. Мета публікації – презентувати проєкт «Як співають слова видатних українців», його унікальність і практичне значення.

Перша пісня в рамках проєкту з'явилася у 2018 році. Музичне обрамлення здобула поезія Тараса Шевченка «Зацвіла в долині червона калина». Перший куплет лунає в німецькому перекладі («Bluhete rot im Tal»), чим додає нових семантичних акцентів і сьогодні, бо пісня була присвячена українцям, змушеним жити далеко від своєї землі. Інтерпретація поєднує сучасні засоби виразності із українськими традиціями, незвичну ритміку вокалу з народними вокальними елементами та прийомами. Варто зазначити про діалог поколінь, який реалізується за рахунок авторського приспіву, що гармонійно поєднався з рядками Тараса Шевченка і додав не тільки перегуків із ідеями Кобзаря, а також увиразнив актуальність вірша для сучасних слухачів.

Інтерпретація демонструє відкритість авторки до експериментів, постійне перебування у творчому розвитку. «Зацвіла в долині червона калина», разом з наступною композицією «Тече вода з-під явора» здобула перемогу у Міжнародному проєкті-конкурсі «Тарас Шевченко єднає народи» (Київ, 2018 р.), отримала спеціальну відзнаку від Національної ради жінок України, Міжнародної ліги «Матері і сестри – молоді України». У березні 2020 р. потрапила до переліку кращих пісень на слова Т. Шевченка на фестивалі «Ше-пісня». А в 2024 році була презентована авторкою в рамках проєкту «Стежками Лесі Українки» в акустичній версії (партія фортепіано – Михайло Вовк, мультиінструменталіст, майстер музичних інструментів).

Вокальне виконання та ритміка, гітарний супровід інтерпретації «Тече вода з-під явора» характеризуються яскравим тяжінням до традицій циганської пісні. Інтерпретація за стилістикою вийшла близькою до циганського романсу. Сучасним українським романсом стала інтерпретація поезії Івана Франка «Я не тебе люблю, о ні». Вірш презентує чуттєві імпровізації автора в ключі народнопоетичної метафорики, органічно поєднаної з літературнопоетичною авторською стихією. Любов стає співом, піснею душі ліричного героя. Внутрішній романсовий характер вірша забезпечує його мелодійність, тонку ліричність.

Авторка звертається також і до творчості Максима Рильського. Увагу привернула поезія «Ми сиділи в Гданську в ресторані». Знову виник романс. Музичний супровід характеризується світлою простою, залучені інструменти – фортепіано та синтезатори. Все в авторському виконанні. Тема людини та мистецтва розкривається ясніше, лунає більш чуттєво й емоційно, аніж у поезії. Потужний струмінь ліризму досягає своєї кульмінації. Коли замовкають слова, вокаліз разом із музикою виражає, закладений автором, підтекст. Вікторія Падалко є Лауреатом Всеукраїнського фестивалю сучасного романсу «Осіннє рандеву», а композиції «Я не тебе люблю, о ні» й «Ми сиділи в Гданську в ресторані» були презентовані на гала-концертах фестивалю в Бучі, 2018 р., та в Обухові, 2019 р.

Звернення до текстів Лесі Українки втілювалося в музичну інтерпретацію поезії «Де поділися ви, голоснії слова?». Пісня лунає під авторський гітарний супровід і за стилістикою є близькою до українського року, на зразок гуртів «Бумбокс» чи «Без обмежень». Цікавим є те, що поезія «Де поділися ви, голоснії слова?», я і більшість інших, залучених в проєкті, ще ніколи не була покладена на музику, та й узагалі, творчість Лесі Українки, незважаючи на свій внутрішній мелодизм, багатство звукових асоціацій та образів, не часто зазнавала звернень зі сторони композиторів-піснярів, особливо сучасних.

Перелічені пісні на слова видатних поетів авторка роботи збрала в одну програму «Як співають слова видатних українців» [1]. Першими успіхами стали виступи на вищезгаданих фестивалях, а першою цілісною презентацією були виступи в школах, бібліотеках та музеях міста Києва. Програма продовжує оновлюватися та регулярно демонструється в закладах освіти та культури міста Києва та області, До програми залучаються сучасні обробки народних пісень, кавер-версії пісень інших виконавців на слова класиків, наприклад «Човен» (гурт «Один в каное»), а також авторські пісні.

Проєкт є орієнтованим на учнівсько-студентську молодь і містить культурно-просвітницьке, профорієнтаційне спрямування. У навчально-виховній роботі закладів освіти, а також у відповідних департаментах адміністрацій програма може бути включений до модулю патріотичного виховання молоді. Широке розмаїття публіки на показах програми підтверджує її універсальність та необхідність. Універсальність програми також в тому, що вона може демонструватися як цілісно, так і бути поділеною на тематичні блоки для презентації в різноманітних заходах (наприклад, у рамках музично-поетичного марафону від Національної бібліотеки для дітей «Тарас у кожному з нас» у березні 2019 р., співпраця з Народною артисткою України Ларисою Хоролець – творчий вечір «стежками Каменяра» в музеї видатних діячів української культури [2], концерти на підтримку мистецького фестивалю творчості Тараса Шевченка «Ше.Fest» [3] тощо). Таким чином, унікальний

авторський музично-літературний проєкт «Як співають слова видатних українців» реалізує центральні завдання для сучасних діячів культури – збереження й трансляцію культурної пам'яті та охоплює найширшу аудиторію: від учнівської молоді до людей третього віку.

#### **Список використаних джерел**

1. Лук'янчук Г. «Як співають слова видатних українців» – сольний концерт співачки Вікторії Падалко. «Нація і Держава», №1-2, 24 грудня 2020 року – 23 січня 2021 року, Київ. С. 20.
2. Стежками Каменяра. Сюжет з новин «За Київським часом». URL: <https://youtu.be/DPsm8Iff6tM?feature=shared> (дата звернення: 01.05.2024)
3. Ше.Fest. Сюжет про фестиваль із новин для української діаспори в Канаді. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=3we2FKr3D\\_c](https://www.youtube.com/watch?v=3we2FKr3D_c) (дата звернення: 01.05.2024)

***Петренко Юлія Олександрівна***  
здобувачка НАКККіМ

*Науковий керівник: Пількевич Віталій Людвинович,*  
кандидат юридичних наук, доцент, заслужений економіст України

### **Роль мистецьких шкіл в системі забезпечення духовно-культурних потреб підростаючого покоління (на прикладі Центру дитячої та юнацької творчості м. Синельникового Дніпропетровської об.)**

Мистецька освіта в дошкільні роки – це процес і результат становлення духовності, індивідуального зростання дитячої особистості, розвитку мистецько-творчих здібностей під впливом цінностей образотворчого, музичного, театрального, хореографічного та інших видів мистецтва; набуття дитиною особистого досвіду мистецької (художньо-продуктивної) діяльності; збагачення естетичного сприймання, моральної свідомості та поведінки. [1]

Естетичне виховання проникає в усі сфери дитячого життя, воно забезпечується всіма ланками виховання і використовує багатство і різноманітність його засобів. Завданням естетичного виховання є не тільки розширення художнього сприймання, списку прочитаних книг, почутих музичних творів, а й організація людських почуттів, духовного росту особистості, регуляція і корекція поведінки. 4]

Формування духовності було, є і завжди залишиться найважливішою проблемою у світоглядній культурі суспільства. Увага до неї значно зросла у ХХІ ст., яке називають століттям прагматичних цінностей.

Сьогодні ми вже повною мірою відчуваємо, як інформаційна революція і глобалізаційні процеси поступово руйнують духовні основи суспільства. Вони загострюються в результаті агресивного розширення «масової культури», яка знижує естетико-емоційну свідомість особистості і таким чином сприяє девальвації естетичних смаків. Критич-

ного характеру ця проблема набула в нашій країні, оскільки розвиток нових соціально-економічних відносин призвів до моральної кризи та виникнення у суспільній свідомості своєрідного духовного вакууму. Важливість формування духовного досвіду у молодого покоління актуалізується також завдяки трансформації змісту сучасного знання у напрямку його емоційного осмислення. Відповідно приходиться розуміння того, що тільки духовність у всіх своїх проявах здатна протистояти втраті моральних цінностей, а гуманізація освіти, яка за своєю суттю повинна працювати на соціальний прогрес і збагачувати духовно-творчий потенціал особистості, стає стратегією суспільного розвитку [2].

Система мистецької освіти в Україні сформувалася в середині 30-х років ХХ ст. і була невід'ємною складовою загальної системи освіти в Радянському Союзі. Спочатку була створена система музичної освіти, основні принципи організації і змісту якої стали основою організації професійного навчання художнього, театрального, хореографічного напрямів. В організації мистецької освіти визначальною була концептуальна єдність всього навчально-виховного процесу. Це, з одного боку, позбавляло ініціативи навчальні заклади, а з іншого – забезпечувало дотримання у навчанні єдиних державних стандартів, критеріїв якості освіти. За період становлення мистецької освіти нагромадився цінний науково-методичний і організаційний досвід, що забезпечувало досить високий рівень кваліфікації фахівців. Була створена система творчих майстерень і виконавських шкіл, яку очолюють відомі митці. Варто відзначити, що методика організації навчального процесу в мистецьких навчальних закладах мала власні специфіку і системні принципи, які суттєво відрізнялися від загальновідомих освітніх основ, притаманних технічним або іншим гуманітарним навчальним закладам, що здійснювали підготовку фахівців масових професій. Головними тут були особистісний підхід, спрямований на розвиток внутрішнього світу вихованця, формування його особистісної ціннісної свідомості; корелятивні зв'язки різних спеціальностей; наставництво (формування практичних навичок студентів здійснюється під наглядом досвідченого виконавця-педагога); важлива роль практики соціокультурної діяльності. До того ж через доступність мистецьких навчальних закладів освітою були охоплені широкі верстви населення, що здобували необхідні знання.

Освіта – найпродуктивніша інвестиція, що підвищує якість суспільства. Пріоритет освіти важливий ще й тому, що освітня політика минулого періоду призводила до ідеологізації суспільної свідомості й зниження власне духовного потенціалу загальної культури.

У 90-х роках ХХ століття, зі здобуттям Україною державної незалежності, у розвитку мистецької освіти відбулися істотні зміни. Вищим навчальним закладам надається більшої самостійності у визна-

ченні змісту освіти та шляхів їх розвитку. Створюються навчальні заклади нового типу, що є більш різноманітними за своєю структурою, гнучкими за принципами навчання, такими, що можуть швидко реагувати на запити сучасності. Консерваторії, як вищі навчальні заклади, за західноєвропейським зразком набувають статусу академій, інститути перейменовуються в університети. У вищих мистецьких навчальних закладах відкриваються нові факультети і кафедри (оперної режисури в консерваторії, естрадного мистецтва в училищі і т. д.). Розвиваються старі і створюються нові об'єкти культури, що слугують базами практики – оперні студії, сектори педагогічної практики, театральні студії, виставкові павільйони, музеї навчальних закладів тощо. [3]

Мистецька освіта відіграє важливу роль в системі забезпечення духовно-культурних потреб підрастаючого покоління, виховує творчість, уяву та креативність, допомагає дітям розвивати здатність думати незвичайно, уявляти нові можливості та шукати нетрадиційні рішення, сприяє формуванню відчуття спільності та громадянської свідомості. Мистецтво відображає культурні традиції, історію та цінності суспільства, допомагає дітям краще розуміти світ навколо себе та розвивати культурну компетентність.

Одним з прикладів мистецької освіти є Центр дитячої та юнацької творчості Дніпропетровської області, місто Синельникове, – це особливий освітній простір, спрямований на розвиток творчих здібностей та інтересів дітей та молоді.

Цей простір – важливий центр для розвитку та навчання, що пропонує різноманітні можливості для творчого самовираження та відкриття потенціалу. Комплексна освітня програма спрямована на розвиток особистості, готової до активної участі у сучасному суспільстві. Забезпечує формування професіонала-патріота та громадянина, який чітко зорієнтований в сучасних реаліях і перспективах соціокультурної динаміки. Сприяє збереженню та розвитку багатой культурно-історичної спадщини України, щоб вона передавалася нащадкам та зберігалася для майбутніх поколінь.

#### Список використаних джерел

1. Журнал «Дошкільне виховання» Антоніна ШЕВЧУК, канд. пед. наук, доцентка кафедри дошкільної та початкової освіти, Ізмаїльський державний гуманітарний університет
2. Андрущенко В., Губерський Л., Михальченко М. Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз / В. Андрущенко, Л. Губерський, М. Михальченко. – К.: Знання України, 2002.
3. Становлення і розвиток мистецької освіти в Україні Сідлецька Т. І.; канд. мистецтвознавства, доцент ВНТУ; м. Вінниця, Україна
4. Значення естетичних знань для мистецької освіти в Україні <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11247/>

*Спіжова Анастасія Василівна*

*здобувачка НАКККіМ  
spizovanasta@gmail.com*

*Науковий керівник: Шереметьєва Вікторія Вікторівна,  
ст. викладач кафедри артменеджменту  
та івент-технологій НАКККіМ*

## **Театральна діяльність в Україні в умовах воєнного стану**

Театральна діяльність завжди була невід'ємною складовою культурного життя суспільства. Навіть у найскладніших умовах, таких як воєнний стан, вона зберігає свою важливість як засіб вираження емоцій, ідей та сприйняття світу. Війна створює особливий контекст, в якому театр може відігравати роль не лише розваги, а й могутнього засобу моральної підтримки, соціальної активізації та культурного вираження національної ідентичності.

Російська агресія кардинально змінила роботу, мабуть усіх театрів України, а особливо там, де проводились активні бойові дії [2, с. 87].

Знищення і пошкодження інфраструктури, евакуація персоналу та глядачів, переривання репетицій та вистав, а також загроза для безпеки всіх присутніх – це лише частина проблем, з якими довелось зіткнутися театрам.

Українське театральне мистецтво, яке існувало до 24 лютого 2022 року, вкотре виявилось перед випробуванням. Воєнний стан і війна, що охопили країну, змусили його переосмислити свої цінності та визначити нові шляхи розвитку [3, с. 162].

Практично всі українські театри на довготривалий час припинили традиційну мистецьку діяльність, ставши волонтерськими осередками, активно беручи участь у захисті нашої Держави у межах своїх можливостей [4]

Та вже незабаром, театральна спільнота швидко адаптувалася до нових умов і, не зважаючи на складнощі, знову з'явилася на сцені, втілюючи свої ідеали у новому контексті війни. [3, с. 166].

В умовах воєнного стану в Україні змінилися підходи до розуміння та актуалізації соціокультурної місії музеїв, що набувають нових смислів та контекстів у сприйнятті нової соціокультурної реальності, пов'язаної з воєнними діями, зміни поглядів та стереотипів людей, актуалізації вітчизняних ціннісних орієнтирів та національних векторів історичної пам'яті, використання сучасних технологій комунікації в музейному просторі, розширення музейного інформаційного простору [1, с. 61].

Важливим аспектом театральної діяльності в умовах воєнного стану стало збереження та підтримка морального духу нації. Театр став платформою для вираження та висловлення емоцій, сприяючи зміцненню психологічного стану громадян в умовах стресу та невідомості.



Мистецька спільнота виявила неймовірну солідарність та відданість, довівши, що мистецтво може бути не лише джерелом розваг, але й засобом вираження патріотизму та підтримки нації у складний час. Багато театральних діячів віддано приєдналися до територіальних оборонних батальйонів, а також вступили у лави Збройних Сил України, демонструючи свою готовність відстоювати свободу та незалежність країни. Їхня відвага та самопожертва стала великим прикладом для всього українського суспільства, нагадуючи про важливість об'єднання в складний час для захисту країни та її цінностей.

Українські театри не лише зуміли пристосуватися до нових умов, але й стали справжніми центрами підтримки та об'єднання нації, відображаючи справжній дух українського народу в часи випробувань. Одним з важливих завдань театральної діяльності в умовах воєнного конфлікту стало збереження культурної спадщини та національної ідентичності. Шляхом втілення на сцені українських традицій, обрядів та історичних подій, театри зміцнюють свідомість нації та відтворюють духовні цінності.

Нині українські театри активно залучаються до культурно-освітніх програм, спрямованих на формування патріотичних цінностей та національної свідомості серед глядачів. Через вистави, спектаклі та інші події театри відтворюють історичні епізоди, вшановують пам'ять загиблих та відзначають подвиги захисників країни.

Завдяки використанню сучасних технологій та інтерактивних форматів, театр стає доступнішим для широкої аудиторії, навіть у воєнний період. Онлайн-трансляції, віртуальні тури та інші інноваційні методи забезпечують можливість отримати культурний досвід безпосередньо з дому.

Важливим аспектом роботи театрів в умовах воєнного стану є залучення молоді до культурних процесів та формування їх патріотичних переконань. Розробка освітніх програм, майстер-класів та творчих проєктів сприяє активізації молодіжного середовища та підтримує духовний розвиток молодого покоління.

Театри стають платформою для висловлення громадської думки та обговорення важливих соціально-політичних питань. Вистави та спектаклі можуть висвітлювати проблеми війни, визначати шляхи подолання конфлікту та сприяти формуванню мирних цінностей.

Театральна діяльність в умовах воєнного стану відкриває нові можливості для співпраці та взаємодії з міжнародними партнерами. Обмін досвідом, організація спільних проєктів та участь у міжнародних фестивалях сприяють підтримці міжнародного співробітництва та міжкультурного діалогу.

Умови воєнного стану вимагають від театрів не лише творчої адаптації, але й збільшеної уваги до безпеки глядачів та персоналу. Театри ретельно дотримуються всіх необхідних заходів безпеки, включаю-

чи перевірку відвідувачів, дотримання соціальної дистанції, використання засобів індивідуального захисту та дезінфекцію приміщень.

Театри змушені адаптувати свої репертуари та графіки вистав під нові умови. Часто це означає зміну розкладів, скорочення кількості вистав або навіть зміну місця проведення. Однак, не дивлячись на це, театри знаходять способи донести свої постанови до глядачів [33].

Зокрема, в умовах воєнного стану театри можуть використовувати альтернативні майданчики, такі як підземні приміщення або тимчасові споруди. Також можливе проведення вистав у віртуальному форматі через онлайн-платформи, що дозволяє глядачам переглядати вистави з безпечних місць.

Під час оголошення повітряної тривоги проведення спектаклів припиняється, а глядачі негайно направляються в укриття для забезпечення їхньої безпеки. Театр діє відповідно до всіх встановлених протоколів та процедур евакуації, забезпечуючи швидку та безпечну евакуацію всіх присутніх. Після закінчення небезпеки та отримання відповідних дозволів театр відновлює свою роботу, забезпечуючи продовження та нормальний перебіг спектаклів для глядачів

Також для забезпечення доступу до мистецтва під час воєнного стану театри можуть розглядати можливості співпраці з місцевими медіа, транслюючи вистави через телебачення або Інтернет. Це дозволить широкому колу глядачів мати можливість переглядати вистави, не виходячи з дому [34].

Умови воєнного стану можуть також вплинути на зміст та тон постанов. Деякі театри обирають теми, що відображають ситуацію в країні або підтримують патріотичний настрій, вистави з актуальними політичними та соціальними контекстами. Інші ж можуть намагатися забезпечити глядачам відпочинок від реальності через легкі та розважальні постанови.

Досить важливою є підтримка театрів з боку громади та держави в умовах воєнного стану. Забезпечення фінансування та інших ресурсів допоможе театрам подолати складнощі, пов'язані з обмеженнями та змінами в роботі.

Таким чином, умови воєнного стану ставлять перед театральною сферою складні виклики, проте вони водночас відкривають нові можливості для зміцнення національної єдності, підтримки морального духу та формування національної ідентичності. Театр залишається не лише місцем розваг, але й важливим культурним форумом, де виражаються емоції, вшановується пам'ять та зміцнюється духовна спільнота. Ініціативність театральних колективів, співпраця з міжнародними партнерами та використання сучасних технологій є ключовими аспектами успішної адаптації до нових реалій, а також сприяють збереженню культурної спадщини та національної ідентичності в умовах воєнного конфлікту.

### Список використаних джерел

1. Караманов О. В. Актуалізація соціокультурної місії музеїв в умовах воєнного стану Музейна педагогіка в умовах воєнного стану: збірник матеріалів Міжнародного круглого столу/ за наук. ред. С. О. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України», 2022. С. 61-63.
2. Музейна педагогіка в умовах воєнного стану : збірник матеріалів Міжнародного круглого столу, м. Київ, 26 травня 2022 р. / за наук. ред. С. О. Довгого. Київ : Національний центр «Мала академія наук України», 2022. 424 с
3. Рева Т. С. Форми репрезентації національних опер у віртуальному середовищі в умовах воєнного стану (на прикладі діяльності оперних театрів Києва, Львова та Одеси у 2022 році). Культура і сучасність : альманах. 2023. № 1. С. 162–167
4. Роль театрального мистецтва у часі війни. URL: <https://zbruc.eu/node/115133> (дата звернення : 24.04.2024).

**Крипчук Микола Володимирович**  
кандидат мистецтвознавства, доцент,  
професор кафедри режисури естради і шоу КНУКиМ, м. Київ  
[kripchuk@gmail.com](mailto:kripchuk@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-1255-7135>

### Театральний перформанс як особлива форма презентації художньої інформації глядачу

Театральний перформанс є новою конфігурацією сучасного мистецтва, яка поєднує візуальне мистецтво з драматичним перформансом. Вона представлена аудиторії в контексті тонкого мистецтва, зазвичай міждисциплінарного. Його носієм є сам митець: справжній твір мистецтва є живими діями художника. Мистецтво перформансу зазвичай є театральним, постійно виводячи акторську гру та рух до меж вираження та можливостей, які не застосовуються в традиційному театрі.

Театральний перформанс може бути за сценарієм або без нього; імпровізований або ретельно організований за участю або без участі глядачів. Його можна представити практично будь-де: на сцені, на площах, у парках, у художніх галереях, у кафе та барах, або open air. Нелегко точно охарактеризувати цей вид постмодерністського мистецтва, але одним із важливих аспектів є вимога до артиста, щоб виступати та виражати своє мистецтво перед публікою. Згідно з цією умовою актори-перформери можуть інтегрувати будь-яку дисципліну чи виражальний засіб у свій перформанс, включаючи хореографію, музику, театральний дизайн, декламацію, циркові жанри, пантоміму, кіно, інсталяцію тощо.

Сучасний український театр активно використовує естетику перформансу. Основою парадигми перформативності в контексті театру як певної сукупності виражальних форм, прийомів та методів, закладено комплекс уявлень про мистецтво перформансу.

Відома мистецтвознавиця К. Станіславська серед характерних ознак перформансу називає тілесну образотворчість або образотворчу тілесність, наголошуючи, що первинним у перформансі є «саме творчий жест автора-художника, виражений через тілесно-візуальне висловлювання й однією з найважливіших особливостей артпрактик такого масштабу є тіло центризм» [3, 90]. Дослідниця зауважує, що пережити ті особливі ситуації та відчуття, що практично неможливі у реальному житті глядачу дозволяє саме розвиток «ідей тілесності у перформативних практиках» [3, 90]. Другою характерною ознакою К. Станіславська називає особливу креативну комунікативність, акцентуючи увагу на тому, що перформанс «є максимально соціальним і відкритим для усіх тем і проблем буття, стверджує нове визначення ролей автора і персонажа, створює нові комунікативні ситуації, руйнує стереотипи сприйняття, формує і виховує нову аудиторію, сприяє появі нових мистецьких форм» [3, 90].

На думку Г. Вишеславського, специфіка перформансу полягає в «персональному спонтанному авторському жесті, що має соціальне і комунікативне значення» [1, 77].

Сучасний театр, відмовляючись від наративності, опановує нові невербальні форми впливу на глядача, в тому числі перформативні. Переміщуючи головний фокус дії з мови на метамову, театр отримує доступ до зміни культурного коду.

Водночас, незважаючи на певну театралізованість, суттєвою рисою, що відрізняє перформанс від театральних постановок є те, що учасники нікого не зображують, вони застосовують технічні засоби виразності заради досягнення символізації того чи іншого поняття. Зважаючи на те, що перформанс є реальною дією, межі, що відрізняють його від буденного життя, стають досить розмитими. Рамки перформансу розширюються, захоплюючи події, що відбуваються до самої дії, таким чином мистецтво включає в себе і життєвий простір. Слід акцентувати на тому, що «в постмодерністських п'єсах часто показується не сама дія, а внутрішня рефлексія персонажів з приводу життя взагалі» [2, 188]. Зазвичай чіткої межі між виконавцями і глядачами не існує. Відбувається зміна ролями.

Теорія перформансу тісно стикається з питаннями акціонізму (мистецтва дії). У перформансі засобом та матеріалом для творчості є тіло, поведінка, рух актора, його розташування у просторі, контакти з предметами та середовищем символічно-ритуального змісту. Вистава-перформанс є різними варіантами синтезу мистецтв у театральній дії; це індивідуальна чи групова творчість у поєднанні зі світлозвуковими ефектами, пластикою, візуальними об'єктами, які комбінуються між собою, доповнюючи та підсилюючи сценічний ефект. Вистава-перформанс – експериментальний, виразний діалог, зіткнення чи «гібрид» різних видів мистецтв, якому не властива чистота жанру та сти-

лістики. Таким чином, йому притаманні безліч альтернатив та мінімум обмежень.

В комунікативній формі заперечення сенсу набуває форми абсурдистського заперечення реальності (наприклад, логіки тексту та законів мови) і являє собою спробу створення на основі авторського задуму іншої реальності, властивій естетиці сюрреалізму та абстрактного екзистенціалізму, що в контексті театру сприймається як нефігуративність сценічної дії та деієрархізація знаків.

Прийом колажу в такому випадку є виправданим і єдино можливим способом поєднання елементів, оскільки відповідає дискретному характеру інобуття. Провокативність апелює не до інстинктів, а до підсвідомості, енергетично «заряджає» аудиторію, формує настрій та викликає стан як процес сугестивного переживання глядачем сценічної дії в образах власного внутрішнього світу. Відповідно, відмова від мімезису в його драматичному конфлікті передбачає наявність ритуальної дії та трансформацію мімезису в сферу символічної свідомості, тобто нового способу мислення, що не підлягає семіотичному аналізу.

Колаж виконує деструктивну функцію, створюючи видимість поєднання різнорідних величин – уривків з одного або кількох авторів, різних стилів і видів мистецтва, створюючи штучну поробку, імітацію або симуляцію.

У театральних постановках режисерів на сучасному етапі можна побачити епатаж, спробу шокувати глядачів, використання нелітературної мови, відсутність бажання дотримуватися загальноприйнятої лексики. Мистецтво перформансу зазвичай орієнтоване на технології, і театральні практики швидко інтегрують «нові медіа» у свої творчі проекти. процес кодування всіх цифрових медіа забезпечує конвергенцію між візуальним, вербальним, звуковим і жестовим кодуванням і декодуванням. Особливою формою театрального мистецтва є мультимедійна вистава-перформанс.

Завдяки використанню інноваційних технологій з різними рівнями складності у мультимедійному театральному перформансі відбувається інтеграція живого та опосередкованого виступу. За допомогою мультимедійних засобів, спрямованих на вирішення творчих завдань, цифрових медіа з інтерактивними властивостями, технічних засобів, що підсилюють епатажність, видовищність драматургії, мультимедійних засобів, що покращують технічні можливості вистави на сцені реалізуються нові драматургічні можливості вистави-перформансу.

#### Список літератури

1. Вишеславський Г. Перформанс в культурі та мистецтві 1950–2010-х років. Плинність форм і змістів. Сучасне мистецтво. 2019. № (15). С. 77–102.
2. Крипчук М. В. Сценарна драматургія як основа театралізованих видовищ постмодерна. URL: <http://surl.li/szotk> (дата звернення: 17.04.2024).
3. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури: монографія. Київ : НАКККіМ, 2016. 352 с.

**Фик Юрій Вікторович**

аспірант НАКККіМ

<https://orcid.org/0009-0009-3900-1805>

Науковий керівник: **Макаренко Лідія Петрівна**,  
кандидат мистецтвознавства, НАКККіМ

## **Засади неофольклорної традиції у постмодерній культурі**

У сучасному світі, де межі між традицією та новаторством стають все більш розмитими, методологія постмодернізму стає ключовим інструментом для аналізу та розуміння неофольклорної музичної творчості. Поняття постмодернізму, як філософської та культурологічної парадигми, відкриває широкі можливості для вивчення та інтерпретації унікальної сутності фольклорної спадщини.

Щоб досягнути поставлену проблематику розуміння сучасного прочитання музичного фольклору, звернімося до дефініції його генези, а також спробуємо навести межі серед понять та термінів, що апелюють до постмодернізму.

Термін фольклор (англ. *folklore* – народна мудрість, народне знання) виник у ХІХ столітті, його вперше використав англійський історик та бібліограф Вільям Томс, опублікувавши 22 серпня 1846 року в щотижневнику «The Atheneum» невелику за обсягом статтю «Folk-lore». Визначення «фольклор» Англійське фольклорне товариство прийняло і закріпило у 1879 р., і з того часу воно набувало численних видозмін та трансформацій. Музикознавець А. Іваницький трактує явище музичного фольклору наступним чином: «Фольклор – не просто культурна пам'ятка минулого, він несе в собі цінності, що виходять далеко за рамки часу, відображеного в піснях чи казках» [3, 5-6].

Наука, яка вивчає явище фольклору, стала називатися фольклористикою та включає в себе багато розгалужень. Основними з них є словесна та музична фольклористика. З другого терміну походять такі визначення як етномузикознавство, порівняльне музикознавство, музична етнографія [там же].

Термін «неофольклоризм» виник у 1920 – 1930 рр. у західноєвропейській музиці як рефлексія на відмову від романтичної суб'єктивності [5]. Його відображення яскраво прослідковується у творчості композиторів Беллі Бартока – опері «Замок герцога Синя борода» та балеті І. Стравінського «Весна священна».

На початку 1970 років в українському мистецтві активізується інтерес до фольклорної тематики. Виникає мистецька течія, яка отримує назву «Нова фольклорна хвиля». До неї належать такі композитори як Є. Станкович, М. Скорик, Л. Колодуб, Л. Дичко, І. Карабиць, В. Сільвестров та інші.

Дослідниця Н. Чабаненко зазначає, що сучасний музичний неофо-

льклоризм характеризується такими основними рисами, як «переосмислення» та «осучаснення» інтонаційно-жанрових елементів народної творчості. Це виявляється у широкому використанні техніко-композиційних засобів музики ХХ століття та органічному включенні фольклорних елементів у індивідуально-авторську стильову систему [9, 138].

Музикознавець А. Калениченко у своїй статті приходиться до висновку, що «музичні нео – і постстилістика формують складну структуру, де неокласицизм, неоромантизм та неофольклоризм виступають як окремі стилі, тоді як необароко й неоімпресіонізм представлені як течії. Постмодернізм у цьому контексті виявляється скоріше як естетична ситуація, а не конкретний стиль. У свою чергу, додекафонія, сонористика, алеаторика та графічна музика можуть розглядатися лише як техніки, що використовуються в рамках цих стилів та течій» [4, 106].

Доступність багатьох музичних доробок попередніх епох, їхній аналіз та переосмислення для композиторів постмодерністів часто призводили до того, що в пошуках «оригінальності» зароджувався повний хаос.

Так виникає нова техніка – алеаторика, що ґрунтується на використанні випадкових елементів у музичному творі. Основною складовою для створення музики є «ефект несподіванки», а не логічна структура. Аналогічна ситуація утворилася у формуванні змісту музичних творів. Руйнування ладу, тональності, форми, драматургії, відсутність чогось кардинально нового і зменшення аудиторії слухачів призводить до того, що композитори починають відмовлятися від експериментів та новаторства на користь повернення до традиційних форм, стилів та прийомів музичної мови.

Такий підхід можна пояснити потребою відновлення зв'язку із слухачем та відновленням сприйняття музики як засобу вираження людських почуттів та емоцій. Постмодерністські композитори знову звертаються до класичних елементів формотворення, таких як мажорна і мінорна тональність, тричастинні та рондоподібні форми, що є властивими більш раннім епохам музичної історії, таким як бароко, класицизм і романтизм.

Цей процес відображає закономірний етап розвитку сучасного музичного мистецтва, де після експериментів та руйнування старих канонів, виникає потреба відновлення зв'язку з традиціями та класичними елементами мистецтва [2].

У творчості постмодернізму ключовим методом стає інтерпретативність. Більшість з причин доводять до єдиного умовиводу – це неможливість вигадати щось нове з одного боку, та з іншого – відкритість до діалогу з будь-якою культурою, митцем чи продуктом їхнього надбання.

Численні музичні твори зазнають реінтерпретації, набуваючи нового змісту. Часто композитори вдаються до алюзій та співставлень. О. Афоніна комплексно розкриває тему «подвійного кодування», що актуально вписується в рамки методології постмодернізму. Існує безліч версій музичних творів, де музика залишається за композитором, а постановка набуває переосмислення та небувалої варіативності, виходячи за межі епох, стилів та жанрів, рамок історії [1].

В певній мірі, «подвійне кодування» має відношення і до переосмислення фольклорної спадщини у музиці композиторів України. Багато композиторів виходячи із постулат постмодернізму звертаються до першоджерел фольклору та вдало трансформують його, органічно поєднуючи з новаторськими прийомами та структурами музичної мови. Цілі пласти фольклору трансформуються та знаходять своє відображення у творах таких видатних постатей як Є. Станкович, М. Скорик, Л. Колодуб, В. Сильвестров.

Видатним представником українського неофольклоризму являється Є. Станкович. У Першій камерній симфонії композитора прослідковуються засади творчого почерку, що отримують розвиток та осмислення у наступних творах.

Гра тембрами, втілення образу «духу» Карпатських гір, інструментального та вокального фольклору, присутність ліричної складової лягають в основу подальшої творчості композитора та часто знаходять відображення у його симфонічних і камерно-інструментальних творах. Яскравим прикладом втіленням «подвійного кодування» є фольк-опера Є. Станковича «Коли цвіте папороть», в якій композитор використовуючи семантику українського національного мелосу створює власний авторський неофольклорний стиль. Знатними зразками втілення неофольклоризму стали наступні твори Є. Станковича: Триптих «На Верховині», «Струнний квартет», «Перша камерна симфонія».

До творів неофольклорної стилістики видатного українського композитора Мирослава Скорика можемо віднести такі композиції: «Три весільні пісні» для голосу з камерним ансамблем, «Концерт № 1» для скрипки з оркестром, «Карпатський концерт» для оркестру, опера «На Русалчин Великдень» та інші. Музика М. Скорика з поміж численних музичних зразків набула впізнаваної індивідуальної стильової характерності.

Дослідження фольклорних засад у творчості Лева Колодуба, та їхнє значення для розвитку сучасної української музики ми можемо знайти в напрацюваннях Лідії Макаренко [6]. Дослідниця комплексно аналізує оркестрові твори, знаходячи семантичне відображення елементів народного фольклору та їх трансформацію в композиціях Л. Колодуба. У творі «Гуцульські картинки» (1967) виділяються різні програмні частини, такі як «Гори.. Трембіти», «Бокораші», «Співаночки» і «Коломийки», що відзначаються етнографічною образністю та транс-



формацією. У композиції імітується звучання народних інструментів, таких як трембіта та цимбали, а застосування ладів народної музики та їхня зміна складає міцну основу твору. В «Турівських піснях» можна знайти втілення всіх жанрових характеристик, що належать до народних пісень. Симфонічна сюїта «Троїсті музики» стає ще одним взірцем, де яскраво відображений народний мелос та стилістика, які відтворюються за допомогою звучання потужного складу духових інструментів, що апелюють до звучання народних. Застосування танцювальної мелодики, багатой колористики, традиційних народних ладів роблять сюїту шедевральною зразком інтеграції фольклорних елементів.

Звернення до фольклорних засад у творчості Л. Колодуба більшою чи меншою мірою відбувається протягом всієї кар'єри композитора. Як зазначає

Л. Макаренко: «У пізньому періоді творчості (з 2003 р.) композитор повертається до широкого засвоєння фольклорної тематики (зокрема, у цитованому вигляді). У 2003 р. була написана Симфонія № 8 «Прилуцька», у якій автор цитує народні пісні прилуцького краю, у 2008 п'єса для труби та духового оркестру «Тернопільські награвання», та низка інших творів» [7, 11].

Постмодерністська тенденція до переосмислення мистецтва, синтезу та реінтерпретації різних культурних кодів дозволяє неофольклоризму зайняти одне з центральних місць серед сучасних музичних напрямів.

Таким чином, неофольклоризм як явище постмодерністської культури не лише відтворює народну спадщину, але й стає інтегральною частиною сучасного музичного ландшафту.

#### Список використаних джерел

1. Афоніна О.С. «Культурний код і «подвійне кодування» в мистецтві.» (2018);
2. Заєць В.В. «Стильові міксти у творчості сучасних українських композиторів.» (2020);
3. Іваницький А.І. Український музичний фольклор.: Підручник для ВНЗ. Нова Книга, 2004;
4. Калениченко Анатолій. «Напрями, стилі, течії та естетичні ситуації в українській музиці.» (2009). с.106 – 113;
5. Калениченко А. П., Тримбач, С. В. Неофольклоризм. Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс, режим доступу: <https://esu.com.ua/article-73633>] / ред. І. М. Дзюба А. І. Жуковський М. Г. Железняк [та ін.]. 2021;
6. Лісецький С. «Стильові тенденції» неокласицизм» і» неофольклоризм» у музиці М. Скорика.» Культура і сучасність 1 (2016): 92-97;
7. Макаренко Л.П. «Трансформація фольклору в оркестровій творчості Л.М Колодуба.» (2012);
8. Макаренко Л. П. Особливості музикознавчого аналізу фольклорних засад авторського стилю у вітчизняній оркестровій музиці (на прикладі творчості Л. Колодуба). Культура України. 2014. Вип. 47. С. 230-237;
9. Чабаненко Н.А. «Неофольклоризм як стильовий напрям в композиторській творчості ХХ ст.» Культура і сучасність 2 (2019): 137-141.

**Єнчев Михайло**  
аспірант кафедри дизайну та технологій  
Київського національного університету культури і мистецтв  
mihail.encev1984@gmail.com  
orcid.org/0009-0000-5494-6641

**Єнчева Наталія**  
аспірантка кафедри дизайну та технологій  
Київського національного університету культури і мистецтв  
24natalochka@gmail.com  
ORCID 0009-0008-8551-9712

## **Універсальний дизайн як генеративна парадигма культуротворчості**

Універсальний дизайн – це одна з сучасних проектних технологій дизайну, що орієнтована на широкі комунікативні та інтерактивні взаємодії акторів культуротворення. Принципи універсального дизайну широко декларовані та застосовуються у багатьох практиках культури, зокрема в педагогіці, медицині, рекламі, шоу-бізнесі тощо.

Марія Васюник-Кулієва відмічає: «Американський архітектор Майкл Біднер у 1970 році висунув ідею, що функціональний потенціал кожної людини посилюється, коли знімаються довколишні бар'єри – фізичні та ментальні. Він наполягав на новій концепції доступності, яка мала бути широкою та універсальною, тобто охоплювати більшу категорію людей з різними функціональними обмеженнями та задовольняти їхні потреби» [1].

Визначаються наступні принципи універсального дизайну:

- рівність та доступність використання;
- гнучкість використання;
- простота й інтуїтивність використання;
- доступно викладена інформація;
- терпимість до помилок;
- малі фізичні зусилля;
- наявність необхідного розміру, місця, простору [2].

Очевидною є наявність суто декларативних, рекламних маніфестацій без належного системного осмислення, як реалізуються ці принципи. Спробуємо концептуалізувати методологію універсального дизайну на підставі культурологічного аналізу стратегій проектування в системі дизайн-менеджменту. Дизайн-менеджмент відноситься до так званого стратегічного менеджменту, бо він несе в собі системні означувальні, які є орієнтованими як на зовнішній середовищний вимір, так і на внутрішній вимір, простір фірми, менеджерської компанії тощо. Зовнішній характеризується всім тим, що визначається, як глобалізаційні процеси, внутрішній – це ті іманентні процеси, які відбува-

ються в кожній культурній практиці, і так чи інакше потребують своїх управлінських рішень.

Отже, формується досить широкий локус проектної діяльності, який можна описати, як певну системну матрицю дизайн-менеджменту. Це досистемні арефлексивні конструкції, які орієнтовані на те, що Дж.К.Джонс називає «чорний ящик», тобто, суто емотивний, емоційний тип передбачення майбутнього. Це системний простір, як єдність структурного, функціонального, компонентного, культурного, естетичного і інших аспектів системи. Це полісистемний вимір, який свідчить про те, що об'єкт проектування може бути водночас об'єктом інших систем.

Функціональний аналіз свідчить про те, що системний підхід в певній мірі інтегрує всі ті аспекти, які характеризують об'єкт проектування як полісистемну цілісність. Втім, можна визначити й надсистемний аспект, який свідчить про те, що існують ті компоненти, які не описуються системно, але свідчить про самодостатню естетичну цілісність, інсайт як передбачення майбутнього, як своєрідний містичний зрив, навіть магічний і міфологічний. Все це аспекти діяльності не можна визначити раціонально, або в контексті системних конотацій. Тобто, досистемний і надсистемний аспекти корелюють, в більшій мірі вони описують той локус проектної діяльності, який визначається, як міфодизайн. Отже, системний підхід свідчить про внутрішні системні і зовнішні надсистемні компоненти, які так чи інакше потребують кореляції, специфікації, яка визначається як дизайн-менеджмент. Ця специфікація належить суто дизайнерським технологіям, бо дизайн-менеджмент є одною з сучасних дизайн-технологій.

Звернемося до визначення проектних моделей «чорний ящик», «прозорий ящик» і «рефлексивна система», яку Дж. К. Джонс інтерпретує, як мислення в різних площинах. По суті, кожна з цих моделей є рефлексивною. Але рефлексія чомусь помічається лише в останньому модельному конструкті, тоді як рефлексія на рівні почуттів – це теж є звернення на себе, але чуттєве бачення ситуації, в якій передбачається майбутнє, як інсайт, як прорив в невідоме, як своєрідна аура, якщо вживати термінологію Г.Лола. Прозорий ящик – це раціональна конструкція. Тут теж є сфера рефлексії, звернення компонентів один на одного, їх обертання і їх трансформація в загальному цілому. Мислення в різних площинах презентує полісистемний підхід, який орієнтований на полікультурне ціле, що резонує весь корпус глобальних проблем.

Можна говорити, що системний образ дизайну відбиває системний образ культури (єдність поведінки, діяльності і стану), інтерпретує, або переводить його в ранг підвищеного модусу рефлексії – визначення мистецьких реалій, як вміння, майстерності і творчості, а також характеризує, як специфічну конструктивно-будівну діяльність різних рівнів (на предметно, візуальному рівні, рівні соціальних систем).

Отже, в системі технології дизайн-менеджменту здійснюються проекти артизації, міфологізації, конструктивно-будівного інсталювання середовища, проекти алгоритмізації, а також своєрідного передбачення майбутнього, як завершеної образної системи комунікації. Це і дає можливість зафіксувати, що дизайн-менеджмент стає одною з пріоритетних проектних технологій універсального дизайну, який корелює з артдизайном, з широкою системою артизації культурних практик, і водночас набуває своїх конструктивних типологічних рис.

Тут можна визначити декілька моделей:

- недиференційований дизайн-менеджмент, який несе в собі риси попереднього синтетизму, що походить від ранніх форм, коли в тій же театральній діяльності антреприза поєднувалася з режисурою, з акторським виконавством;

- диференційна діяльність, яка вже структурує менеджмент як продюсерський цех, з кожною окремою функцією і системою кореляції між ними;

- системний дизайн-менеджмент, де визначаються певні підсистеми, що утворюють своє передбачення майбутнього, і перманентний вибір власне тих алгоритмів, які стають актуальними для того чи іншого об'єкту проектування як на глобальному, регіональному, так і на локальному рівні;

- полісистемний дизайн-менеджмент, орієнтований на всезагальне охоплення системного підходу в рамках дизайн-проектування;

- міфодизайн і артдизайн, як своєрідна образна цілісність, яка виходить на утворення герметичного самодостатнього середовища, будь то виставкова реальність, сценічна реальність, будь то реальність рейву, тобто, певних проєктів на природі тощо

Суть системного розуміння дизайн-менеджменту полягає в тому, що три стратегічних напрямки дизайн-проектування: дивергенція (розширення ситуації проектного процесу), трансформація (знаходження актуальних конструктивних ходів) і конвергенція (визначення провідного алгоритму) як стратагеми і як три осі проектування, мають свою процесуальну систему рефлексивних вимірів проектного процесу:

- «чорний ящик» – емоційне передбачення майбутнього;
- «прозорий ящик» – раціональне передбачення майбутнього;
- рефлексивну модель як поліструктурна, полісистемна модель мислення в різних площинах [4].

Така процесуальна типологічна структура проекту в системі проектування Дж. К. Джонса є надзвичайно популярною, актуальною, і вона лише по-різному трансформується в інших системах реконструкції проектного процесу. Отже, важливо типологізувати процеси проектування дизайн-менеджменту за ознаками емоційного, раціонального і рефлексивного шляхів передбачення майбутнього.

Отже, Дж. К. Джонс визначає стратегії проектування як упорядко-

ваний пошук – підхід, оснований на теорії прийняття рішень.

1.2. Вартісний аналіз.

1.3. Системотехніка.

1.4. Проектування систем «людина – машина».

1.5. Пошук меж.

1.6. Кумулятивна стратегія Пейджа.

1.7. Стратегія колективної розробки і гнучких архітектурних проєктів.

Як працює модель «прозорий ящик»? По-перше, визначається саме поле проєктних завдань:

«1. цілі, які застосовані, і критерії, які завдані заздалегідь;

2. пошуку рішення передують проведення (або хоча б спроба проведення) аналізу;

3. оцінка результатів дається в основному в словесній формі і побудована на логіці (а не на експерименті);

4. заздалегідь фіксується стратегія; зазвичай використовуються послідовні прийоми, але інколи включаються і паралельні, умовні і циклічні операції» [4].

І третя система, яку він визначає як самоорганізуючу систему, а власне, систему рефлексії, пов'язана з тим, що потрібно знайти вихід із дилеми, пов'язаної з надлишком нового матеріалу і необхідністю відразу ж оцінити його в цілому, що може стати певною системою розподілу роботи проєктувальника на операції:

1. Здійснення пошуку потрібних конструкцій.

2. Контроль і оцінка схеми пошуку управління стратегією.

«Це дає можливість, замість сліпого перебору варіантів і пристосування осмислених пошуків, знайти короткий шлях через незнайому територію, використовуючи як зовнішні критерії, так і результати часткового пошуку.

Цей метод застосовується в тому випадку, коли функція управління стратегією забезпечує створення правильної моделі, як стратегії пошуку, так і внутрішній ситуації, котру повинна задовольняти конструкція, яка створюється.

Ця модель «осмислення себе + ситуації» (або «стратегії + цілі») має своєю ціллю надати кожному члену бригади проєктувальників можливість самому визначити, наскільки обрана методика пошуку здібна привести до справжньої рівноваги між новою конструкцією, ситуацією, на котру вона впливає, і вартістю її розробки. Для цього, по-перше, створюється метамова, або терміни, що є достатньо широкими по значенню, щоб з їх допомогою можна було б описати залежність між стратегією і проєктною ситуацією, і по-друге, засобами цієї метамови проводиться оцінка моделі, котра дозволяє передбачати вірогідні результати альтернативних стратегій, з тим, щоб можна було обрати найбільш перспективну з них» [4].

### Список використаних джерел

1. Васюник-Кулієва М. Універсальний дизайн в освіті. URL: <https://rcpio.ipro.kubg.edu.ua/?p=2414>
2. Доступність та універсальний дизайн: навчально-методичний посібник. Азін В. О., Грибальський Я. В., Байда Л. Ю., Красюкова-Еннс О. В. Київ. 2013. 128 с.
3. Снчев М.М. Дизайн-менеджмент як сучасна технологія проектної діяльності. Культура як синтез мистецтв і ремесел: кол. монографія/ М.Сікорський, М. Жам, Ю. Легенький, Н. Барна, А. Ареф'єва, Л. Годліна, В.Степурко та ін. Ніжин-Київ-Переяслав. С. 309–326.
4. Jonts J, Christorher. Desidn mthods. Seeds jf human futurec. WILEY-IN TERSCIENCE a division of John Wiley@ Sons Ltd. London New York Sydnty Toronto. 1972. 407 p. URL: <https://www.scribd.com/document/24290630/Design-Methods-seeds-of-human-futures>

**Чеснок Ліза Геннадіївна**

*магістрант ПВНЗ «Київський університет культури»*

*Науковий керівник: Галудзіна-Горобець В.І.,*

*канд. мистецтвознавства, доцент,*

*доцент кафедри зв'язків з громадськістю і журналістики*

### **Вплив модних тенденцій та формування іміджу**

Імідж особистості людини набувається в процесі життя та в соціальних взаємодіях. Зовнішній вигляд людини є ексклюзивним. Стиль зазвичай визначають як єдність образу, у якому форма та зміст співвідносяться. «Стиль» – це термін, який використовується для опису певної епохи у розвитку мистецтва, архітектурних течій і, нарешті, одягу, який поєднує спільні форми вираження – у крої, силуеті, моделі та фактурі тканин. Одяг, який людина носить як продовження свого ества, створює її унікальний стиль [2].

Одяг є соціокультурним кодом, який може продемонструвати особливості кожної історичної епохи та, найважливіше, дати розуміння буття людини, її ставлення до світу та себе. Історія костюму складається з безлічі різноманітних фасонів, кольорів, аксесуарів і деталей, які демонструють постійний пошук ідеального комфорту та естетичності тіла людини.

Засади створення унікального стилю одягу неможливо досягти без врахування основних принципів розвитку найважливіших художніх стилів. Таким чином, існує певний стиль, який впливає на форму, конструкцію, деталі та, можливо, психологічну структуру людини, яка носить одяг.

Перші зображення людей у костюмі зустрічаються в пам'ятках, що відносяться до епохи об'єднання Середньої та Південної Месопотамії під владою Аккада. Відомо, що в ті часи жіноча одяг складалася з простої довгої сорочки або сукні, викроєної зі складеної вдвоє тканини. Незалежно від соціального статусу кожна жінка носила цю сорочку. Цей костюм був прикрашений різноманітними драпіруваннями

з лазуритів і агатів.

Костюм повністю відображає еллінську ідею про прекрасне. Його гармонія залежала від його симетрії та підкорення природним лініям людського тіла. Грецький костюм змінювався з часом, від архаїчного простого одягу до складного вишуканого одягу епохи еллінізму. Чоловічий і жіночий одяг були дуже схожі, склалися з плаща та накидки гіматії, сточеної нижньої лляної сорочки, хітона, яка обов'язково підперезувалася, і застібок або вузлів на плечах [1].

Ідеальною людиною для візантійців була людина у вишуканому одязі, будь то парчовий манір, візерунок або сяючий шовк. У Візантії чоловіки почали носити вузькі панчохи з тканини. Покривало, яке спускалося з голови на плечі та частково закривало обличчя, було обов'язковою частиною жіночого одягу.

З появою все більшої різноманітності за формою та найменуванням одягу у середині XIV століття мода, швидше за все, виникла спонтанно в західно-європейських країнах. Сьогодні моду сприймають як комплексне явище та масовий процес, який значною мірою впливає на формування культурного простору та формує цінності та поведінкові стереотипи суспільства.

Відповідно до відносної сталості індивідуального стилю, постійна мінливість моди протистоїть їй. Він є результатом суб'єктивного відображення художньої характеристики епохи, способів життя окремих людей і суспільства, а також, звичайно, модних тенденцій сучасності.

Індустрія моди має здатність побачити внутрішній світ сучасних людей і визначити їхні бажання та мрії. Вона вміло моделює не лише стиль одягу, але й особистий спосіб життя, її внутрішні відчуття та зовнішній комфорт.

Так, Коко Шанель змінила моду, а також роль жінки в суспільстві та її світогляд. Вона проголосила свободу та рівність жінок через одяг. Шанель запропонувала костюмну альтернативу, яка перевернула та змінила жіночу моду, експериментуючи з простими ескізами та типовими чоловічими тканинами. Нарешті жінки позбулися незручного одягу та старих стереотипів. Перш за все, Шанель створила імперію, подарувавши світу відому чорну сукню та ввіши брюки до жіночої моди, але вона також стала лідером стилю. Я пам'ятаю, як вона сказала: «Мені не подобається, коли люди говорять про моду Шанель». Шанель – це в першу чергу мода. Мода йде з моди. Немає стилю. Шанель дотримувалася простих форм і класичних силуетів у своїх колекціях одягу. Елегантність є основною характеристикою її костюмів.

Мода має здатність водночас повернути сучасний світогляд до його витоків. Крістіан Діор представив світу свою першу колекцію «Новий погляд» (Новий образ, погляд або стиль), яка згодом визначила обличчя післявоєнної епохи. Колекція включала сукні з криноліном, прилягаючим ліфом і тонкою талією. Це було справжньою несподіва-

нюкою для Європи, яка ще не оговталася від наслідків війни. Новий стиль, який повернув витонченість і романтичний шик, запропонував жінкам відродитися як жінки. «Я малював жінок, які нагадували квіти: ніжно-випуклі плечі, округлі груди, ліаноподібна струнка талія та широкі спідниці, схожі на чашку квітки». Діор описав свою першу колекцію так: «Епоха війни, уніформи, трудова повинність для жінок з широкими плечима боксера залишилися позаду».

Мода та зачіски нерозривно пов'язані. Зачіска може допомогти створити модний образ або зіпсувати його. Таким чином, дуже важливо вибрати зачіску, яка підійде до вашого одягу та аксесуарів [3].

Модні тенденції впливають на все наше життя, включаючи нашу зачіску. На подіумах дизайнери одягу часто диктують моду на зачіски. Після цього ці образи підхоплюються блогерами, модними журналами та іншими інфлюенсерами.

Таким чином, багато людей прагнуть повторити ці зачіски, щоб бути в тренді. Це може призвести до того, що всі мають однакову зачіску, що не завжди добре.

Зачіска – це не просто зачіска. Це також важлива частина особистості людини. Зачіска може говорити багато про ваш стиль, особистість і професію. Наприклад, коротка стрижка може вказувати на те, що ви людина, яка займається бізнесом, тоді як довга стрижка може вказувати на те, що ви творчий особистість. Зачіска може підкреслити ваші сильні сторони та приховати ваші слабкі сторони [2].

Як вибрати зачіску? При виборі зачіски важливо враховувати багато речей. Наприклад, тип волосся потребує різного догляду та укладання. Форма обличчя: певні зачіски краще підходять для певних форм обличчя. Ваш стиль – зачіска повинна підходити до вашого стилю життя та одягу. Ваш професійний статус – професії, такі як юристи та бухгалтери, вимагають більш строгих зачісок. Слід пам'ятати про правильний догляд за волоссям, щоб ваше волосся виглядало краще, оскільки зачіска є важливою частиною образу. Щоб вибрати зачіску, яка підкреслює ваші сильні сторони та відповідає вашому стилю життя, важливо враховувати вищезазначені фактори.

Отже, важливо пам'ятати, що мода не є єдиною характеристикою. Найважливіше, щоб ви відчували себе впевнено та комфортно у своїй зачісці, яка є складовою іміджу.

#### **Список використаних джерел**

1. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості : навч.-метод. посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 162 с.
2. Васильєва І.В., Гайдук Л.М. Конструктивне моделювання одягу. Корсетні виробы. К.: КНУТД, 2008. 110 с.
3. Каверіна А. Ключові тенденції в українському медіапросторі. Молодий вчений. № 10 (25), 2015. 200–204 с.



## **Образ Києва у творчості українських художників XX століття**

Образ міста в роботах українських художників XX століття відображає не лише архітектурну та природну красу міста, але й історичні події, соціальні трансформації та культурні зрушення, що відбувалися протягом століття. В різні періоди століття цей образ змінювався, відбиваючи події, настрої та тенденції епохи. Дослідженням українських художників XX століття, які у своїх роботах зображували місто Київ, займалися численні науковці: Дмитро Горбачов, Людмила Соколюк, Ольга Лагутенко, Андрій Накорчевський, Тетяна Жмурко та інші науковці, які внесли значний вклад у вивчення та популяризацію творчості українських художників, які зображували Київ, висвітлюючи різноманітні аспекти міського життя, архітектури та історії. Умовно можна виділити кілька основних періодів та художніх напрямків, які мали вплив на формування образу Києва у живопису.

Ранній період XX століття. В цей час Київ був зображений у творчості художників як місто з багатою історичною та культурною спадщиною. Місто з його старовинною архітектурою, церквами та вузькими вуличками привертало увагу митців. Один з найвидатніших представників цього періоду – Михайло Бойчук, засновник українського монументалізму. Його роботи відображають поєднання традиційної української культури та модернізму [3].

У радянський період образ Києва змінюється, з'являються роботи, що відображають індустріалізацію та соціалістичні перетворення. Місто розширюється, будується багато нових будівель у стилі сталінського ампіру та конструктивізму. Художники часто зображують Київ як модернізоване місто, яке символізує прогрес та силу. Володимир Костецький і Тетяна Яблонська були відомими художниками, які працювали в цей період, відображаючи новий образ міста. Федір Кричевський – зображав Київ у контексті національної культури та історії, працюючи в жанрі портрету та історичного живопису, Микола Глущенко: відомий своїми пейзажами, в яких він часто звертався до київських мотивів, передаючи красу природи і архітектури міста [2].

Після Другої світової війни Київ відбудовується і набуває нових рис. Художники цього періоду фокусуються на відновленні міста, показуючи його зруйновані і відновлені будівлі. Роботи художників цього часу часто передають дух відродження та надії. Відомі художники цього періоду – Сергій Григор'єв та Михайло Дерегус.

З 1960-х років у мистецтві з'являється більше свободи, і художни-

ки починають відходити від суворих канонів соціалістичного реалізму. Київ зображується більш лірично та індивідуально. Художники звертаються до міських пейзажів, що показують особисте бачення міста. Серед відомих митців цього періоду – Іван Марчук, відомий своїми унікальними техніками та сюрреалістичними образами Києва, його творчість відзначається своєрідним стилем та технікою. Марчук створював роботи, в яких Київ зображено через призму національної ідентичності та історичної пам'яті. Віктор Зарецький – його твори зосереджувалися на людях і їхніх взаємозв'язках з міським середовищем, включаючи київські пейзажі.

Період після 1980-х років характеризується великою різноманітністю стилів і технік. Київ стає символом незалежної України, що відображається в роботах сучасних художників [1]. Міські пейзажі часто показують контрасти старого і нового, поєднання історичної спадщини та сучасної архітектури. Анатолій Криволап: його абстрактні пейзажі передають емоційну атмосферу Києва, граючи з кольором та формою.

Отже, образ Києва у творчості українських художників ХХ століття є багатограним і відображає різні аспекти життя міста – від його історичної спадщини до модернізації та культурних трансформацій. Художники кожного періоду вносили свої інтерпретації та бачення, створюючи цілісну картину розвитку Києва протягом століття.

#### **Список використаних джерел**

1. Мистецтво України ХХ століття : каталог виставки. Київ, 2000.
2. Мусієнко П. Н. Федір Григорович Кричевський. Київ : Мистецтво, 1966. 116 с.
1. Соколюк Л. М. Бойчук та його школа. Харків : Видавець Савчук О.О., 2014. 386 с.; 488 іл.

*Драч Володимир Володимирович*  
*аспірант, ст. викладач кафедри хореографії НАКККіМ*

### **Хореографічне мистецтво як засіб формування культурного бренду України**

Важливим чинником творення контенту культурної дипломатії України є сучасне хореографічне мистецтво, яке має потужний культуротворчий потенціал, спирається на самобутні національні традиції та успішні мистецькі практики, бере активну участь у формуванні іміджу та культурного бренду нашої країни.

В науковому дискурсі питання формування позитивного відношення до країни засобами мистецтва є актуальним і вартим уваги дослідників. Розробляється в працях В. Москалу, Н. Мусієнко, Н. Сербіної, О. Стасевської та ін., які обґрунтовують думку про те, що засобами культурної дипломатії держава має можливість не лише підвищити

ефективність зовнішньої політики, а й підняти престиж та авторитет власної країни [1 – 5].

Ефективність культурної дипломатії очевидна. В умовах російської агресії – це дієвий інструмент реалізації національних інтересів, можливість донести ключові меседжі сучасної України, правдиву інформацію про реалії війни, заручитися підтримкою широкого міжнародного співтовариства.

Засобами вітчизняного хореографічного мистецтва в світовому соціокультурному просторі активно просувається наратив культурного бренду України, що дає можливість міжнародній спільноті не лише отримати позитивні емоції та враження, а й через створений образ країни ознайомитися з її історією, багатими культурними надбаннями, виконавськими школами, унікальним колоритним мистецтвом.

Ці завдання вирішуються через реалізацію таких напрямів, як:

- збереження і популяризація традицій та ідентичності української хореографії, що є складовою мистецької спадщини країни, створює її неповторну культурну картину та привертає увагу світової громадськості;

- реалізація яскравих міжнародних культурних ініціатив (фестивалів, конкурсних змагань, вистав, концертів, спільних міжнародних мистецьких проєктів, форумів тощо), які розширюють аудиторію та знання про Україну як сучасну і авангардну країну;

- активна співпраця вітчизняних митців та хореографічних виконавських колективів з дипломатичними місіями, що слугують інструментом підвищення міжнародного престижу країни, сприяють культурному обміну та взаєморозумінню між націями, створюючи умови для глобальної комунікаційної платформи, міжнародних творчих зв'язків, обміну ідеями та досвідом.

І хоча відкритий міжкультурний діалог не є панацеєю для розв'язання військових конфліктів, він може відігравати важливу роль у сприянні взаєморозумінню та побудові стійкого миру у регіоні. Також це сприяє розвитку хореографічної культури в контексті сучасних світових мистецьких процесів, впливає на її креативність та суспільну затребуваність.

Підсумовуючи, зауважимо, що хореографічне мистецтво має потужний арсенал засобів впливу на формування та підтримку культурного бренду України, підсилюючи її місце в світовій культурній спільноті.

Саме культура і мистецтво є стратегічним ресурсом та «м'якою силою» зовнішньої політики держави, що просуває власні інтереси на міжнародній арені. Тож, сьогодні важливим завданням є напрацювання механізмів та нових моделей культурної дипломатії, їх вміле поєднання з роботою офіційних дипломатичних служб, підвищена увага держави до цього процесу.

### Список використаних джерел

1. Москалу В. У пошуках нової моделі української народної культурної дипломатії. Global Ukrainians. 2016. URL : [https://www.ukrinform.ua/rubric-other\\_news/2038178-v-posukah-novoi-modeli-ukrainskoi-narodnoi-kulturnoi-diplomatii.html](https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2038178-v-posukah-novoi-modeli-ukrainskoi-narodnoi-kulturnoi-diplomatii.html)
2. Мусієнко Н. Мистецтво в контексті культурної дипломатії: Теоретичні засади та сучасні практики. Сучасне мистецтво. 2016. Вип. 12. С. 122-133. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/S\\_myst\\_2016\\_12\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_myst_2016_12_14).
3. Про культурне співробітництво України із зарубіжними країнами у лютому 2021 року (аналітична довідка). URL : [https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Culturne\\_spvrobotnitstvo\\_Ukraini/2021/Spiv\\_03\\_21.pdf](https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Culturne_spvrobotnitstvo_Ukraini/2021/Spiv_03_21.pdf)
4. Стасевська О. А. Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. Право та інновації. 2021. № 1 (33). С. 89-94. URL : <https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/8d0dc6a4-d9ff-4b20-b251-3fae31a93d5e/content>
5. Cultural Diplomacy / Bound K., Briggs R., Holden J., Jones S. London: Demos 2017. 111 p. URL : [http://www.demos.co.uk/files/Cultural\\_diplomacy\\_-\\_web.pdf](http://www.demos.co.uk/files/Cultural_diplomacy_-_web.pdf)

**Кушнарєва Марія Борисівна**

*к. філос. н., ст. науковий співробітник*

*Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського  
mariakushn8@gmail.com*

*orcid.org/0000-0003-3361-8838*

Образ Європи у сучасному американському кінематографі: до проблеми стереотипів

Твердження про те, що на сучасному етапі існування людства з усіх різноманітних мистецтв аудиторія кінематографу є однією з найбільших, вже давно стало загальним місцем культурологічного дискурсу. Кіно, як будь-яке мистецтво, виконує різні функції, але насамперед воно є потужним транслятором певних меседжів, які можуть справляти відчутний вплив на моральні настанови глядачів. Керівники американської кіноіндустрії дуже добре зрозуміли це вже наприкінці 1920-х-на початку 1930-х рр., що оприявилось у створенні кодексу Хейса. І хоча формально кодекс Хейса був скасований у 1968 році, американський кінематограф все одно перебуває під дією явних чи неявних морально-етичних приписів. З іншого боку, не можна виключати впливу на форму та зміст екранної реальності, цілком органічного, образно кажучи, руху «знизу» внаслідок реалізації у кіно якихось інтенцій та бачень продюсерів, сценаристів та режисерів. Тому очевидно, що теми, які розкриває американський кінематограф, та спосіб їх реалізації можуть бути як результатом непрямого ідеологічного замовлення, так і проявом художньої свідомості авторів кінотвору.

Саме ця дилема стає актуальною під час дослідження певних тенденцій, які простежуються у американському кіно кінця ХХ – початку ХХІ ст. Однією з них є певний спосіб репрезентації Європи.

У зазначений період, тобто за останні тридцять років, на екрани

вийшла помітна кількість кінофільмів, фабула яких загалом є такою: герой/героїня, котрі є американцями, внаслідок різних, але переважно негативних причин (втрата близької людини, драма в особистому житті, особиста криза тощо) перебуває у стані психологічної турбулентності, і внаслідок різних, знову-таки, причин, він/вона опиняється у Європі, і перебування там, змінюючи певним чином його/її життєві настанови, гоїть душевні рани, повертає інтерес до життя, пробуджує прагнення діяльності.

Безперечно, не претендуючи на статистичну вірність, простий підрахунок показує, що таких фільмів упродовж згаданого проміжку часу було випущено понад двадцять, що вже як таке є показовим (на жаль, формат публікації не дозволяє подати перелік фільмів). Найпомітніше ця тема представлена у доробку відомого любителя Європи Вуді Аллена, який присвятив їй понад чотири фільми («Всі кажуть, що я люблю тебе» (1996), «Вікі, Крістіна, Барселона» (2008), «Опівночі у Парижі» (2011), «Фестиваль Ріфкіна» (2020), частково «Римські пригоди» (2012)).

У фільмах, про які йдеться, герой/героїня опиняється зазвичай у Франції чи Італії, з поодинокими виключеннями (Велика Британія у «Ноттінг Гіллі» (1999), Ірландія у «Заміж у високоосний рік» (2010), Іспанія у вже згаданому «Вікі, Крістіна, Барселона»).

Художній рівень цих фільмів очікувано є різним – від таких, що нагадують повнометражний рекламний ролик закордонних турів («Під сонцем Тоскани» (2003), «Римські побачення» (2015)) до цілком якісного «Листи до Джульєтти» (2010, реж. Г.Вінік) чи фільмів згаданого В.Аллена, втім, помітним художнім явищем жодний з цих більш ніж двадцяти фільмів вважати складно.

Умовним початком кількісно помітної реалізації згаданої моделі можна вважати середину 1990-х років. Саме тоді, у 1995 році, було знято «Французький поцілунок» та «Сабріну».

Як відомо, «Сабріна» 1995 року (реж. С.Поллак), є рімейком однойменного фільму 1954 року Б.Уайлдера з О.Хепберн у головній ролі, знятого, своєю чергою, за п'єсою С.Тейлора. Франція у «Сабріні» 1954 р., за відсутності натурних зйомок, показана дещо неоднозначно: образ повара-вчителя, отже, всієї французької кухні з її сміховинними, судячи з фільму, тонкощами змальовано яскравими сатиричними та навіть іронічними барвами, але потім з'являється милий доброзичливий барон, який, як дідусь онуці, допомагає героїні впоратися з муками кохання, і вся «французька» частина завершується сценою написання Сабріною листа до батька, під час якої героїня О.Хепберн про своє перебування у Франції каже: «Я навчилася, як жити, як пізнавати світ, як бути його частиною, а не стороннім спостерігачем. Я більше ніколи не тікатиму від життя». Ці слова загалом можна тією чи іншою мірою вважати моральним підсумком, який спромоглися усвідомити

герої пізніших фільмів, про які йдеться, тож «Сабріна» 1954 року, схоже, встановила стандарти конструювання образу Європи в американському кіно.

Втім, ці стандарти реалізувалися повною мірою лише за сорок років і знову завдяки «Сабріні». У «Сабріні» 1995 року Францію уособлює Париж, і в його образі немає жодного натяку ані на сатиру ані на іронію. Столиця Франції змальована теплими ліричними тонами, показуючи французів як мудрих, відкритих до спілкування людей, а Париж – як місто ненав'язливої витонченості та невимушеної елегантності. Творці фільму залучили французьких зірок Ф.Ардан та П.Брюеля, почасти завдяки їм французька частина стрічки вийшла достатньо сильною, щоби пояснити внутрішні трансформації, яких зазнала героїня.

«Французький поцілунок» (реж. Л. Кездан) з тодішньою улюбленицею американців М.Райан та французькою зіркою Ж.Рено, загалом чітко вписуючись у запропоновану нами вище схему, в образі Франції акцент робить на виноробстві та мальовничій природі півдня цієї країни.

Аналіз зазначених понад двадцяти фільмів дозволяє зробити висновок про складові образу Європи, який поширюється американськими фільмами. Ними є:

- пам'ятки архітектури (переважно собори, монастирі) та – помітно менше – образотворчого мистецтва;
- особливості місцевої кулінарії та виноробство;
- краси природи, переважно окультуреної людиною (лани, виноградники тощо);
- уміння європейців (ясна річ, переважно французів та італійців) насолоджуватися життям, звідси відсутність поспіху тощо;
- велике значення спілкування у житті місцевих мешканців.

Отже, образ Франції чи Італії, що не виключає поширення його варіації на інші європейські країни, який формують згадані кінострічки, в загальних рисах можна змалювати так: люди сидять у відкритому кафе, розмовляють, п'ють вино, смакують їжу, десь неподалік височіє собор, а золотаве закатне сонце м'яко освітлює далекі виноградники.

Картина, що виникає, безперечно, дуже принадна. Але загалом вона нагадує рекламу туристичної агенції, якогось курорту чи, правильніше, санаторію, у якому змучені, знервовані та втомлені американці відновлюють свої сили. Це, безперечно, прекрасно, але слід звернути увагу на одну деталь: у цьому образі Європи у американських фільмах європейці не працюють. Працюють – важко, складно, можливо, дещо інерційно – американці, а європейці виключно насолоджуються життям, нікуди не поспішаючи.

Послугуючись висновками культурної антропології, цьому начебто дуже легко можна знайти пояснення, адже відомо, що під час зустрічі з іншою культурою ми звертаємо увагу насамперед на те, чим

вона відрізняється, тому хмарочоси Лондона чи Роттердама та образ життя європейських мегаполісів не цікавить американських кінематографістів та американських глядачів – такого добра і в них на батьківщині багато, а от зовні розслаблене життя європейців якраз є тим, що приваблює. Втім, цим усі причини явища, безумовно, не вичерпуються.

Власне, йдеться про формування звичайного стереотипу. За запропонованим українським дослідником О.Пархитьком визначенням, «стереотип – це загальноприйняті в суспільстві спрощені моделі обробки та сприйняття інформації, які надають змогу масовій аудиторії формувати картину світу на поверховому рівні» [1, 178]. Тому попри те, що на раціональному рівні, наприклад, з даних про ВВП та ВВП європейських країн американський глядач може зробити висновки про ступінь розвитку європейського бізнесу, але «на поверховому рівні» після перегляду такого фільму той самий глядач отримує меседж про те, що «тяжко працюємо тільки ми», а «європейці релаксують».

З іншого боку, попри ту увагу, яку американські фільми приділяють зазначеним вище зовнішнім принадам європейського способу життя, творці фільмів не йдуть далі, не дивляться глибше. Загалом те, як європейську культуру репрезентує американський кінематограф, схоже з тим, як він репрезентує, наприклад, японську культуру, концентруючись на екзотичності, таємничості тощо, але не намагаючись збагнути особливості національного мислення та психології [2].

З одного боку, художній кінофільм не є науковим антропологічним дослідженням. З іншого, те, що кінематограф оперує стереотипами, спирається на них, поширює їх – це загальновідомо, але в наш політехнологічно розвинений час стереотипи часто маркують панівний наратив, покликаний сформувавти в аудиторії певне сприйняття будь-чого – цінностей, культур, народів тощо. Тому будь-який образ-стереотип дає імпульс до роздумів насамперед об'єкта стереотипізації.

#### **Список використаних джерел**

1. Пархитько О. Стереотипи американського кіно як засіб формування масової свідомості. Діалог. 2012. Вип.15. С.175-187.
2. Тимофєенко А.В. Образ Японії в західному кінематографі: стан дослідженості. Культура України. Серія: Культурологія. 2017. Вип. 58. С. 111-118.

## **Наукове сканування як інноваційна форма збереження та поширення творів мистецтва**

Картини виконували ту ж саму функцію, що й кіно, фотографія або аудіо записи сучасності – унаочнювали історію, міфи та легенди. Мистецтво, як у минулі часи, так й у сьогоденні, залишається чи не єдиною стежкою в інші світи, часи чи фантазії. Копії предметів культурної спадщини також, у свою чергу, є культурною спадщиною, але у новому, цифровому форматі.

Сучасні технології кардинально змінюють підхід митців до роботи. Наукове сканування забезпечує як збереження творів, так й поширення.

Висока роздільна здатність це наче цифрове збільшуване скло, глибина та чіткість деталей, пігментів та тіней перевершує людське сприйняття. Здатність ока сприймати картину є обмеженим, при збільшенні можливо побачити те, що раніше не можна було побачити. Коли глядач захоплює щось красиве він це фіксує та переглядає завдяки цифровим технологіям, а раніше завдяки праці майстрів, а вони завжди були у пошуках краси.

Нагальна проблема збереження культурної спадщини в Україні, відновлення її після війни, а також популяризації та розвитку може бути успішно розв'язана завдяки застосуванню сучасних технологій оцифрування. Діджиталізація культурної спадщини, яка нині особливо активно та цілеспрямовано розвивається багатьма країнами та міжнародною спільнотою, зокрема під егідою ЮНЕСКО, – один з актуальних напрямів дослідження мультимедіа як феномена культури.[1, 219]

Цифрове приладдя наділяє можливістю неймовірної пластичності, дає можливість швидко та креативно реагувати на події у світі, за допомогою віртуального пера, мазок пензля, холст або пергамент умовні, але здатні відтворити стиль притаманний тій чи іншій епосі. Ідеї, підходи, міркування змінюються легко й швидко, на відміну від часів, коли не було таких можливостей.

Оцифрування проводять методом 2D та 3D-сканування творів живопису, графіки, об'ємно-просторової пластики та фотоматеріали, це свій, окремий технологічний напрямок збереження інформації, який потребує специфічних знань, спеціалістів, обладнання. Не менш цікавий, складний за своєю специфікою метод фотофіксації, який має свої обмеження у роздільній здатності та залежності від характеристик та розмірів матриць.

Ще одне питання, яке лежить у юридичній площині й стосується



авторських прав в залежності від способу збереження інформації за сучасними технологіями, тим більше, що існують певні термінологічні питання до визначення того чи іншого методу.

Цифрові технології у сучасній культурі надають потужні можливості нових інструментів для популяризації культурних проєктів, документалізації та збереження об'єктів візуального мистецтва.

В період війн, катастроф, як природних так й створених руками не найкращих представників людства, не існує швидкого рішення щодо фізичного збереження робіт, що несуть в собі квінтесенцію творчих надбань людства, в безпечному місці та єдиних, чітких механізмів музеєфікації, обробки, аналізу архівних одиниць зберігання та надання до них доступу науковцям.

Термін «Цифрова творчість» відрізняється від загального тим, що твір може бути реалізовано як в цифровій, віртуальній, формі, так й у звичному для глядача надрукованому вигляді.

Для здійснення оцифрування творів мистецтва потрібне сканування об'єкта.

Таким чином, збереження культурної спадщини неможливе без ефективного використання сучасних інформаційних технологій. Цифрові колекції об'єктів культурної спадщини за своєю природою поліфункціональні, а отже, зможуть сприяти розв'язанню глобальних завдань, що стоять перед культурою загалом. У зв'язку з цим необхідним є зближення культурної й інформаційної політики в Україні, вироблення єдиних методологічних, технологічних, організаційних підходів [2, 223].

Для оцифрування різних музейних колекцій відповідно застосовують різні технології. Для картин, наприклад, використовують широкоформатні комплекси безконтактного сканування. Писемні джерела оцифровують на планетарних сканерах, фотоматеріали можна сканувати на планшетних сканерах. Експонати, габаритні та об'ємні предмети фотографують, зокрема і за допомогою спеціальних машин для створення 3D-фото експонатів.

Фотофіксація – це фотографування поточного стану музейного предмета. Об'єктами фотографування є: предмети декоративно-ужиткового мистецтва, нумізматики, скульптури та інших мистецтв, писемні джерела тощо. В межах експозиції проводять інтер'єрну фотозйомку: приміщення, стін, стелі, люстр, меблів тощо.[3, 8]

Ключовими вимірами сьогодення виступає цифрова технологічна сфера, в якій перетинаються глобальні тенденції науково-технічного розвитку та трансформації, якими вони викликані. Сучасна епоха та сучасна культура визначаються як цифрові, за назвою технологій, що прийшли на зміну аналоговим і стрімко змінюють форми комунікацій, міське середовище, цінності, природу людини, суспільні відносини та світ навколо. [2, 314]

Узагальнюючи, зазначимо, що сфера культури сьогодні є вагомим рушієм відродження національної ідентичності, формування іміджу та просування бренду українськості, як в межах України, так і на міжнародному рівні, а також донесення правдивої інформації про історію та сучасність, з огляду на масову дезінформацію. Ці завдання мають виконуватись поряд із відновленням, підтримкою та оновленням культурної галузі та базуватись на використанні цифрових технологій, екологічності, гнучкості, адаптивності та інклюзивності. [4, 225]

#### Список використаних джерел

1. Кулиняк М.А. Цифрова культурна спадщина як феномен цифрової культури. Концептуальні аспекти цифровізації культурних цінностей у сфері музейної справи: Культурологічний альманах. Вип. 3, 2022. С. 219. DOI <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.28>
2. Уварова Т. І. Культурна ідентичність та цифрове середовище буття культури. Цифрові трансформації в культурі : Наукова монографія. Рига, Латвія : «Baltija Publishing», 2023. С.297-317. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-319-4-17>
3. Ковальчук А.О. Оцифрування музейних фондів для внутрішнього використання. Організаційно-правові аспекти: Методичні рекомендації. Національний музей історії України. – Київ, 2019. С.13.
4. Делієва Н.В. Імерсивні виставки як інноваційна форма підтримки культури та поширення культурних надбань. У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2 – 3 лютого 2023. С.222-225.

*Шостак Тарас Вікторович*  
*магістр архітектури*

### **Особливості державної політики України в контексті охорони культурної спадщини**

Розвиток культурно-мистецької політики України в умовах здобуття незалежності варто розглядати крізь призму профільного нормативного інструментарію — зокрема, Основ законодавства України про культуру 1992 р. (ретроспективний аспект), Закону України «Про культуру» (аспект сьогодення) та Закону України «Про охорону культурної спадщини» (ідеологічно-історичний аспект). Концепти розвитку культурного простору України були закладені Основами законодавства України про культуру 1992 р [1]. Нормативно-правовий акт містить методологічно-правові, економіко-соціальні та організаційно-прикладні наративи влаштування культурного простору, що імплементовані та інкорпоровані у Закон України «Про культуру».

Відповідно до п. 2 ч.1 ст. 1 Закону України «Про культуру» № 2778-VI [2], пріоритетом національної культурної політики є просування вітчизняного херітажного продукту – себто культурно-ціннісних орієнтовних концепцій, що визначають блага і вирізняльні риси культурно-соціального влаштування України. Вищеозначена константа кореспондує продемократичному руху України до європро-

дини — т. зв. «відпускна культура», нормування та пріоритезація котрої відбувається «на місцях», відповідає державно-управлінській теорії «децентралізації», що є одним із наріжним каменів виконання Україною Угоди про асоціацію з ЄС.

Однак Закон України «Про культуру» № 2778-VI частково зберігає директивні важелі управління культурною індустрією України, означені наразі нечинними Основами законодавства України про культуру 1992 р. Наприклад, теорія «відпускнуго управління культурним простором» за стандартами ЄС нівелюється відсутністю у даному нормативному документі норм прямої дії.

Управління культурними активами України подекуди здійснюється за пострадянською моделлю «вертикального регулювання», де Міністерство культури та інформаційної політики, окрім прямих обов'язків щодо спрямування та координації вітчизняних херітажних складових, певним чином директивізує останні через наявність дефакто повноцінних меж для єдиноначального управління (відповідно до ст. 4-2 Закону України «Про культуру» № 2778-VII, саме Мінкульт відповідає за стандартизацію «мінімальної культурної послуги», таким чином визначаючи ценз, динаміку та траєкторію культурно-духовного розвитку нації).

Безвідносно до вищеозначених культурно-херітажних державно-регулятивних колізій, можна відзначити позитивні складові Закону України «Про охорону культурної спадщини» № 1805-III [3], яким законодавець встановлює специфіку провадження організаційно-правових та економіко-соціальних основ традиціонування національного культурного здобутку. Преамбулою даного Закону процес охорони культурної спадщини визначено пріоритетною державно-владною та місцево-самоврядною ініціативою. Дієвим елементом вітчизняної урядової політики щодо об'єктів культурної спадщини пропонуємо визнати т.зв. «музесфікацію» — процес, що передбачає імplementоване використання національної культурної спадщини у якості екскурсійно-відвідувальницького активу (абз.16 ч.1 ст.1 Закону № 1805-III).

Законом України «Про культуру» № 2778-VI, в свою чергу, було запроваджено підхід часткової демократизації владно-культурного контролю, проте через відсутність у законодавчому акті норм прямої дії деякі його положення залишаються незастосовними на практично-прикладному рівні. Закон України «Про охорону культурної спадщини» № 1805-III встановлює прецедентно-процедурні алгоритми «використання» культурно-стійких надбань України цивільним та цивільно-фаховим (професійним) населенням у освітньо-пізнавальних цілях. Натомість, відліковувати фактологічно-предметний культурний прогрес на рівні державного управління доцільно із Революції гідності та початку збройної агресії РФ проти України із анексією Криму (початок 2014 р.). Ключовими чинниками позитивних зрушень слід вважати

всебічну популяризацію та просування культурологічної освіченості державних органів, соціальних інституцій та населення (Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку Україна-2020» № 5/2015 від 12.01.2015) [4].

Сучасні тенденції свідчать про зростання ролі громадських інститутів та організацій у формуванні та реалізації культурної політики України, які виступають активними учасниками, спрямовуючи свої зусилля на популяризацію та збереження архітектурної спадщини.

Незважаючи на прогресивні зрушення, Україна ще не встановила стабільних організаційних та інституційних форм для ефективної реалізації культурної політики, тому важливо вирішити це питання для забезпечення сталого розвитку культурного сектору. Співпраця між органами влади та громадськими інститутами і організаціями є ключовим фактором для розвитку культурної політики, яка має ґрунтуватися на прозорості, відкритості до діалогу та взаємовигідному партнерстві. Недостатнє представництво громадськості у формуванні та реалізації культурної політики свідчить про потребу в покращенні механізмів їх участі та впливу на рішення в сфері культури.

Децентралізація та передача повноважень на місцевий рівень створюють фінансові труднощі для реалізації культурної політики, тому необхідно розглядати розвиток культурного благодійництва та підтримки громадських ініціатив як шлях до вирішення цього питання. Вирішення цих питань визначатиме подальший напрямок розвитку культурної політики України, сприяючи збереженню та підвищенню культурного потенціалу країни. Таким чином, для подальшого удосконалення культурної політики в Україні важливо посилити партнерство між державними органами та громадськістю, розробити ефективні механізми фінансування та підтримки культурних ініціатив на різних рівнях, а також забезпечити широку участь громадськості у процесах ухвалення рішень. Прикладом такої співпраці є обговорення проекту регуляторного акту про порядок утримання фасадів будівель і споруд на території історичних ареалів міста Луцька та об'єктів культурної спадщини поза їхніми межами. Представники влади і громадсько-наукових організацій конструктивно і фахово обговорили існуючі проблеми та намітили шляхи їх вирішення. Засідання відбулося 28 грудня 2023 року.

#### **Список використаних джерел**

1. Основи законодавства України про культуру № 2117-XII від 14.02.1992 р. (ред. від 12.01.2011 р.). Відомості Верховної Ради. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2117-12#Text>
2. Закон України «Про культуру» № 2778-VI від 14.12.2010 р. (ред. від 07.10.2022 р.). Відомості Верховної Ради. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
3. Закон України «Про охорону культурної спадщини» № 1805-III від 08.06.2000 р. (ред. від 31.05.2022 р.). Відомості Верховної Ради. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>

4. Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку Україна-2020» № 5/2015 від 12.01.2015 р. Відомості Верховної Ради. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text>
5. Довгострокова стратегія розвитку культури в Україні до 2025 року.-Режим доступу [https://www.cultura.kh.ua/ima-ges/stories/innovaciy-na\\_diyalnist/dovgostrokova\\_strategiya\\_ro\\_zv\\_.pdf](https://www.cultura.kh.ua/ima-ges/stories/innovaciy-na_diyalnist/dovgostrokova_strategiya_ro_zv_.pdf)

**Матвієнко Вадим Вікторович**  
*аспірант НАКККіМ, м. Київ, України*  
*dia6123.vmatvienko@dakkkim.edu.ua*  
*Науковий керівник: Карпов В. В., д-р істор. н.,*  
*в.о. завідувача кафедри креативних культурних*  
*індустрій НАКККіМ*

## **Нормативно-правова основа функціонування природних парків (на прикладі Національного природного парку «Кармелюкове Поділля»**

Національні природні парки мають вагоме значення як складова соціокультурного ландшафту. Окреслимо деякі аспекти, які підкреслюють їх важливість. Так, національні парки часто слугують площадками для освітнянських програм, екскурсій і лекцій про природу, екологію і наукові дослідження. Відвідувачі мають можливість дізнатися про біорізноманітні, геологічні процеси та інші аспекти природи. Відвідування національних парків сприяє оздоровленню і релаксації. Люди шукають в природі усамітнення, місця для медитації і відпочинку від міської метушні. Це сприяє психологічному благополуччю і покращенню якості життя. Деякі національні парки мають культурне значення, оскільки вони містять археологічні пам'ятки, старовинні споруди чи пов'язані з культурними традиціями місцевої спільноти. Відвідування таких місць допомагає зберегти і передати культурну спадщину майбутнім поколінням. Національні парки часто організують заходи, фестивалі і культурні програми, які приваблюють людей різних соціальних груп. Це сприяє соціальній інтеграції і взаєморозумінню. Туризм в національних парках є важливим джерелом доходу для місцевих громад і підприємств. Це сприяє розвитку місцевої економіки і соціально-економічному розвитку регіону.

Отже, національні природні парки відіграють неабияку роль не тільки в збереженні природи, а й в формуванні соціокультурного середовища, сприяє освіті, здоров'ю, культурному різноманіттю і соціальній інтеграції.

Національні природні парки є одною із складових і формують природно-заповідний фонд України. У відповідному Законі України зазначається, що :«Національні природні парки є природоохоронними,

рекреаційними, культурно-освітніми, науково-дослідними установами загальнодержавного значення, що створюються з метою збереження, відтворення і ефективного використанні природних комплексів та об'єктів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню та естетичну цінність» [1]. Завданнями ж національних природних парків визначено: «збереження цінних природних та історико-культурних комплексів і об'єктів; створення умов для організованого туризму, відпочинку та інших видів рекреаційної діяльності в природних умовах з додержанням режиму охорони заповідних природних комплексів та об'єктів; проведення наукових досліджень, природних комплексів та їх змін в умовах рекреаційного використання, розробка наукових рекомендацій з питань охорони навколишнього природного середовища та ефективного використання природних ресурсів; проведення екологічної освітньо-виховної роботи» [1].

До початку великої війни, що її розпочала росія проти України ефективно функціонувало 53 національних природних парки. Всі області, за виключенням Дніпропетровської та Кіровоградської мали природоохоронні території з таким статусом.

На території Вінницької області існує один Національний природний парк – це «Кармелюкове Поділля». Створений 2009р. відповідно до Указу Президента України, з метою збереження і раціонального використання рідкісних історико-культурних та природних комплексів Південного Поділля. Національний парк займає територію 20203,4 га [6]. На території Парку зростає 28 видів рослин, які занесені до Червоної книги України а також виявлені 26 видів тварин, які оберігаються державою і є в списку Червоної книги України.

У своїй діяльності Парк керується спеціальним Положенням, затвердженим профільним Міністерством [3]. В даному документі окреслюються завдання, що стоять перед Парком, а саме: «збереження та відтворення цінних природних та історико-культурних комплексів та природних об'єктів на його території; створення умов для організованого туризму, відпочинку та інших видів рекреаційної діяльності в природних умовах; організація та здійснення науково-дослідних робіт, у тому числі з вивчення природних комплексів та їх змін в умовах рекреаційного використання, розроблення та впровадження наукових рекомендацій з питань охорони навколишнього природного середовища; відродження місцевих традицій природокористування, осередків місцевих художніх промислів та інших видів народної творчості; проведення екологічної освітньо-виховної роботи» [3].

Питання організації освітньо-виховної діяльності, основні напрями цього виду роботи, а також варіанти ефективної взаємодії з громадськістю установ природно-заповідного фонду, а значить і національних природних парків, викладені в спеціальному Положенню, затвер-

дженому профільним Міністерством [2].

Для здійснення якісної освітньо-виховної діяльності установам пропонуються використовувати різноманітні форми роботи, як то: надання консультативної та практичної допомоги з окреслених питань як зацікавленим особам, так і організаціям, установам, підприємствам; співпраця із ЗМІ, електронними та друкованими виданнями; створення мобільних та стаціонарних стендів та виставок, візит-центрів, музеїв тощо; організація та проведення масових просвітницьких та науково-практичних заходів на кшталт фестивалів, тематичних вечорів, форумів, круглих столів, навчальних семінарів тощо; розробка та поширення освітньо-виховних програм екологічного спрямування, розрахованих на широких загал; розробка власних матеріалів і поширення їх через різні видання тощо [2].

Основні види та напрями рекреаційної діяльності установ ПЗФ, значить і природних парків, а також порядок організації рекреаційної роботи визначено в окремому положенні [4]. В загальних положеннях документу дано визначення поняття рекреаційної діяльність: «це діяльність, що здійснюється з метою відновлення розумових, духовних і фізичних сил людей шляхом створення умов для їх загальнооздоровчого і пізнавального відпочинку [4].

У Положенні про національний природний парк «Кармелюкове Поділля» акцент зроблено на наступних напрямках рекреаційної роботи: створення належних умов для ефективного відпочинку, туризму, інших видів рекреаційної діяльності; забезпечення попиту відвідувачів на культурно-пізнавальний, загальнооздоровчий відпочинок, туризм, рибальство тощо; організація екологічної просвіти, інформаційної та рекламно-видавничої діяльності; формування у відвідувачів бережливого ставлення до національного природного багатства тощо [3].

Важливою складовою діяльності національного парку є наукова робота. Відповідно до Положення компетенція співробітників парку є: систематично вести Літопис природи, організовувати і здійснювати моніторинг за станом об'єктів та природних комплексів, клімату та екосистем; розробляти наукові плани, програми, спрямовані на збереження і відтворення рідкісних видів тваринного і рослинного світу; досліджувати разом із спеціалістами з охорони пам'яток історії та культури цінності історико-культурного характеру; готувати наукові рекомендації та матеріали, що потрібні для здійснення рекреаційної, екологічної освітньо-виховної та інших видів роботи; брати участь в конференціях, програмах, симпозіумах від місцевих до міжнародних тощо [3].

Для організації кожного із перерахованих напрямів роботи (наукової, рекреаційної, екологічної освітньо-виховної) передбачено створення окремих структурних підрозділів. Кожна з окреслених видів діяльності в обов'язковому порядку супроводжується документацією:

планами роботи і звітами. В окремих нормативних документах надаються форми щорічних заходів, що плануються [2].

Регулюванню підлягає і питання фінансування територій та об'єктів ПЗФ, в тому числі і національних природних парків. Джерела фінансування: із державного бюджету України, благодійні фонди, внески громадян тощо [1]. Передбачена можливість заробляння грошей самими установами. Так, відповідною урядовою постановою затверджений доволі великий перелік платних послуг, що їх можуть пропонувати в тому числі і природні парки: різні екскурсії, рибальство, короткостроковий відпочинок, рекламно-видавнича діяльність, організація подій та свят (майстер-класів, фестивалів, конкурсів) тощо [5].

Отже, функціонування національних природних парків здійснюється відповідно до законів, урядових постанов, різних положеннями. Ці та інші нормативні і правові акти складають комплексну систему регулювання, спрямовано на збереження унікальних природних ресурсів й екосистем національних природних парків.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» м. Київ 16 червня 1992 року № 2456-XII. Редакція від 01.01.2024р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text>.
2. Наказ Міністерства екології та природних ресурсів України «Про затвердження Положення про екологічну освітньо-виховну роботу установ природно-заповідного фонду» від 26.10.2015. № 399. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1414-15#Text>.
3. Наказ Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України «Положення Про національний природний парк «Кармелокове Поділля» № 73 від 31.08.2020р. URL: <https://mepr.gov.ua/wp-content/uploads/2023/04/Polozhennya-Karmelyukove-Podillya.pdf>.
4. Наказ Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України № 256 від 26 липня 2022р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1043-22#Text>.
5. Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися бюджетними установами природно-заповідного фонду» від 28 грудня 2000р. № 1913, поточна редакція 26.03.2024р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1913-2000-%D0%BF#Text>.
6. Указ Президента України «Про створення національного природного парку «Кармелокове Поділля» №1057, від 16. 12. 2009р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1057/2009#Text>.



## ЗМІСТ

**ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ.....3**

**ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ .....4**

### **ПЛЕНАРНІ ВИСТУПИ**

**Мельничук О.** Геополітичний вимір культурного діалогу ..... 6

**Christine Dugoin-Clément.** Appréhension de la désinformation en France..... 10

**Jade Belgrand.** La Préservation du Patrimoine Culturel en Temps de Conflits Armés ..... 15

**Дячук В. П.** Культура як сумативний стан суспільства ..... 21

**Ljudmila Prosandeeva.** Possibilities of art therapy in post-traumatic growth ..... 24

**Кундеревич О. В.** Соціокультурний феномен неправди..... 28

**Білуцак Т. М.** Використання доповненої та віртуальної реальності як інструменту візуалізації історичних подій..... 32

**Вовк Н. С.** Використання соціальних медіа бібліотеками європейських університетів: дослідження потреб цільової аудиторії... 35

**Кудлай В. О.** Інформаційно-комунікаційна стратегія протидії екзистенційним загрозам повоєнного полікультурного світу в контексті реінтеграції маріупольської громади ..... 38

**Тур О. М., Шабуніна В. В.** Як змінювався індекс медіаграмотності українців упродовж 2020-2023 років ..... 41

### **СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ**

#### **Секція 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

**Копієвська О. Р.** Стійкість як властивість української культури ..... 45

**Садовенко С. М.** Культурні традиції як підмур стійкості українського суспільства в умовах збройної агресії..... 47

**Ареф'єва Є. Ю.** Актуалізація культурно-історичного потенціалу багатоголосся як екологічна настанова ..... 51

<b>Кондратюк А. Ю.</b> «Західне» й «східне» в монументальному ансамблі церкви Спаса на Берестові 40-х рр. XVII ст.: зауваження щодо стилю стінопису.....	55
<b>Кисла С. В., Ареф'єва А. Ю.</b> Музична культура як синтез мистецтв.....	60
<b>Васильківський А. О.</b> Концертні практики як форма культурно-дозвіллевої діяльності суспільства.....	64
<b>Васкяліте В.</b> Дизайн як синтез мистецтв: досвід баухаузу.....	67
<b>Висоцький О. А.</b> Проектна діяльність як практика ціннісно-орієнтованого культуротворення.....	70
<b>Боришполь Г. І.</b> Феномен суспільного ідеалу України ХХ – початку ХХІ століття в аспекті екзистенційних вимірів української філософської традиції.....	73
<b>Горб Є. С.</b> Бубер vs Бахтін: філософські витоки категорій діалогу та діалогічності у культурологічній науці.....	76
<b>Дюкарев Т. М.</b> Лондон як визначальний центр міжнародного артринку в ХVІІІ столітті.....	78
<b>Ільчук Р. Т.</b> Українське національно-культурне відродження в західноукраїнських землях (кінець ХVІІІ-ХІХ ст.) .....	80
<b>Литвин О. С.</b> Князь Василь-Костянтин Острозький та Люблінська унія 1569 року .....	83
<b>Охримович В. О.</b> Практики подолання травми: культура пам'яті і технології штучного інтелекту .....	86
<b>Сендецький А. В.</b> Культурний діалог vs діалог культур: мова про війну зі сцени .....	89
<b>Стаценко М. О.</b> Видовище як феномен культури: мистецько-аксіологічний аспект .....	93
<b>Шмандровський А. С.</b> Репрезентація концептів національно-культурної ідентичності в сучасній візуальній культурі ....	96
<b>Шумейко Л. М.</b> Феномени «інклюдія» та «безбар'єрність» у вітчизняній мистецькій освіті.....	99
<b>Бичик А. С.</b> Арттерапія – дієва форма реабілітації військовослужбовців.....	102
<b>Бондар О. М.</b> Функціонування закладів культури клубного типу в період воєнного стану.....	106
<b>Головацький Д. І.</b> Просування бренду компанії в соціальних мережах: сучасна практика .....	108
<b>Дем'янов В. В.</b> Перспективи розвитку закладів культури клубного	

типу в сучасній Україні .....	112
<b>Дерій А. В.</b> Інноваційні аспекти менеджменту соціокультурної діяльності .....	114
<b>Засенко Є. Я.</b> Перспективи розвитку закладів культури клубного типу в сучасному соціокультурному просторі України.....	117
<b>Козицький В. С.</b> Роль музичного мистецтва у задоволенні духовно-культурних потреб військовослужбовців України .....	120
<b>Коломієць М. Р.</b> Маркетингова стратегія просування весільних агенцій.....	122
<b>Новокрестов Д. С.</b> Волонтерство як культурний феномен: генеза в українському суспільстві .....	124
<b>Петриченко Я. О.</b> Україномовний контент культурного продукту: регіональні особливості.....	128
<b>Угрин А. І.</b> Соціальні мережі, чат-боти, як сучасна комунікативна форма клієнтоорієнтованих бізнесів .....	130
<b>Хоменко Л. І.</b> Дизайн-мислення як культурологічний феномен: історія розвитку, актуальні проблеми, перспективи .....	133
<b>Шепіна А. В.</b> Сучасні культурні практики музеїв.....	137
<b>Коваль В. В.</b> Соціальні мережі у формуванні мистецьких візуальних практик .....	139

## **Секція 2. КУЛЬТУРНІ І КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ**

<b>Вукаїлов М.</b> Creative Industries Blogs: Current State and Perspectives ....	142
<b>Васильченко Л. Л.</b> Особливості розвитку креативних індустрій в Україні в контексті викликів сьогодення.....	144
<b>Гавеля О. М., Гавеля О. Р.</b> Пошук і тлумачення учасниками культурних арттерапевтичних практик знаків, символів, образів та метафор під час роботи над емоціями та психологічними станами .....	147
<b>Головач Н. М.</b> Розвиток креативних індустрій в регіонах України.....	151
<b>Делієва Н. В.</b> Вектори підтримки культури та поширення культурних надбань шляхом організації імерсивних виставок .....	154
<b>Дьяченко Р. В., Долга У. Ю.</b> PR як частина креативної індустрії .....	158
<b>Політова О. А.</b> Розвиток фахових якостей майбутніх спеціалістів медіасфери: сучасні проблеми та шляхи їх вирішення .....	160
<b>Святненко А. В.</b> Культурно-мистецькі практики національного	

центру «Музей Івана Гончара» в умовах великої війни.....	164
<b>Філіна Т. В.</b> Культурні та креативні індустрії як складова розвитку креативної економіки .....	168
<b>Маринін А. Є.</b> Тенденції розвитку незалежних інді-виконавців у жанрі електронної музики .....	170
<b>Павлов М. Е.</b> Креативні індустрії в Україні: вплив на розвиток музичних практик .....	173
<b>Полешук Р. А.</b> До сучасного розуміння креативних і культурних індустрій як засобу формування національної культури, крізь призму медійної міфології в фільмі «Поєма про море» 1958 О. Довженко.....	176
<b>Смаліус Ю. П.</b> Використання генеруючих технологій на базі штучного інтелекту для створення музичних композицій .....	178
<b>Тищук С. В.</b> Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» – потужне джерело культурно-освітньої та науково-дослідної діяльності Київської області .....	181
<b>Баштанник П. В.</b> Event-менеджмент в спортивно-бальних танцях.....	183
<b>Бойко М. В.</b> Культурно-дозвіллевий потенціал ТОВ «Буковель» через призму сезонності.....	186
<b>Бохняк Д. В.</b> Імерсивна вистава як унікальний дозвіллевий і успішний бізнес-проект.....	189
<b>Вовк В. В.</b> Розповсюдження манґи-індустрії в Україні як одного з трендів східної культури.....	192
<b>Герасимов І. В.</b> Молодіжне дозвілля в системі соціокультурної діяльності .....	194
<b>Гордієнко І. С.</b> Специфіка маркетингу у сфері культури.....	197
<b>Гордійчук І. В., Шклярєнко І. А</b> Соціальні мережі як інструмент реалізації практичних навичок.....	199
<b>Гула А. В.</b> Реалізація культурно-просвітницьких проєктів за допомогою соціальних мереж.....	201
<b>Данченко З. О.</b> Маркетингові стратегії в соціокультурному менеджменті.....	204
<b>Дерев'янюк Ю. В.</b> Організація театральних фестивалів у роки великої війни росії проти України .....	207
<b>Жосонар В. В.</b> Центри концертно-фестивальних програм у системі забезпечення сучасних культурних протреб громадян .....	211
<b>Zadorozhna Ya.</b> Vereine in der Struktur der Freizeitgestaltung	

und Bildung der Schweizer Jugendliche: Geschichte und Gegenwart .....	213
<b>Кара Х. І.</b> Музичні фестивалі в умовах військового стану в Україні ....	216
<b>Каретіна К. О.</b> Особливості функціонування креативних індустрій .....	219
<b>Ковтун Є. А.</b> Сучасні креативні простори в системі соціокультурної діяльності на прикладі Молодіжного центру міста Білої Церкви.....	221
<b>Кожура В. І.</b> Вебсайт як складова маркетингової стратегії театру (на прикладі Театру «Шарж»).....	224
<b>Кожура В. І.</b> Міжкультурне співробітництво України та Ірландії .....	227
<b>Котенко К. Ю.</b> Рекламні ігри в маркетинговій діяльності бібліотек.....	230
<b>Любочкін А. С.</b> Культура артфестивалів у сучасному суспільстві .....	233
<b>Малюк Л. В.</b> Методи арттерапії в соціокультурній діяльності як інструмент зцілення через мистецтво .....	236
<b>Мельничук Н. В.</b> Центри культури та дозвілля в системі забезпечення культурних потреб і підтримки творчих ініціатив громадян.....	238
<b>Мнішенко Д. Р.</b> Дослідження впливу соціальних медіа на залучення аудиторії, створення залучальних контентів та побудову спільнот.....	240
<b>Моша Олександра-Анна С.</b> Сучасні благодійні івенти в культурному просторі України .....	244
<b>Остапчук А. О.</b> Сайт як складова іміджу компанії .....	247
<b>Павлученко М. В.</b> Культурні потреби дітей та молоді в Україні: виклики та шляхи вирішення.....	249
<b>Рибицька Х. А.</b> Задоволення культурних потреб українців під час війни.....	252
<b>Серьогіна О. С.</b> Інноваційні послуги в закладах культури (на прикладі Палацу культури «Енергетик» Української міської ради)	254
<b>Скрипльова Є С</b> Проблеми українських благодійних організацій у сфері відбудови .....	256
<b>Спасіченко В. О.</b> Стратегічний розвиток організацій сфери культури в умовах зовнішніх викликів.....	258
<b>Ткаченко О. О.</b> Особливості створення концепт-арту персонажів відеогри.....	260
<b>Холод А. В.</b> Ефективні стратегії маркетингу для сучасної музичної індустрії .....	265
<b>Чернецька Т. В.</b> Культурно-дозвілєві практики в діяльності шкільної бібліотеки.....	266

### Секція 3. ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

<b>Добровольська В. В.</b> Науковий часопис «Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія» 20 років у системі професійних комунікацій .....	268
<b>Романишин Ю. Л.</b> Інформаційні сервіси в цифровому середовищі установи .....	271
<b>Філіпова Л. Я.</b> Інформаційно-комунікаційні засоби рекламування освітніх закладів у цифровому середовищі ( <i>аналітичний огляд</i> ) .....	274
<b>Бугайова О. І.</b> Електронний документообіг в умовах цифрової епохи	278
<b>Дьяченко Р. В.</b> Реклама туристичних і готельних послуг у соціальних медіа.....	280
<b>Закірова С. Г.</b> Цифрові технології комунікації влади і громадян: досвід Естонії і України.....	283
<b>Карпенко О. О.</b> Fostering Information Culture in ILAS Education: A Key Component of ICT Literacy.....	287
<b>Міненко Л. М.</b> Складнощі налагодження інформаційних комунікацій: дослідник – наукове видання .....	289
<b>Петрова І. О.</b> Модифікація звернень громадян як фактор вдосконалення комунікації між громадою та владою.....	292
<b>Родінова Н. Л.</b> Медіапсихологія та її проблемне поле застосування ..	294
<b>Сенченко О. М., Сенченко Н. М.</b> Цифрові колекції документальної спадщини Києво-Печерської лаври у освітньому просторі.....	297
<b>Шереметьєва В. В.</b> Формування професійних компетентностей здобувачів вищої освіти під час проходження виробничої (педагогічної) практики.....	300
<b>Бінківська К. Р., Заріфі З. Н.</b> Інтеграція соціальних медіа у бібліотечні комунікації .....	303
<b>Шиленко Ю. А., Баркова О. В.</b> Історичний архів облікової документації акціонального музею Тараса Шевченка цифровому ресурсі .....	305
<b>Берестов О. О.</b> Використання BIG DATA у публічних бібліотеках .....	310
<b>Ільницький В. А.</b> Бібліотека як провідник користувача в цифровому інформаційному середовищі .....	312
<b>Сахарова М. П.</b> Зміст та значення комунікаційної політики в проєктній діяльності бібліотек.....	314

<b>Святогор Є. А.</b> Правова інформованість як фахова компетентність працівника бібліотеки .....	316
<b>Філоненко О. Є.</b> Збереження та оцифрування бібліотечних фондів в умовах цифрової трансформації суспільства .....	319
<b>Щербак Ю. О.</b> Процес створення центру культурних послуг крізь призму організаційно-розпорядчих документів .....	321
<b>Адаменко О. О.</b> Інтернет-маркетинг в бібліотеках: зарубіжний досвід .....	323
<b>Березенська К. О.</b> Гендерні аспекти PR-кампаній у сучасному політичному просторі .....	325
<b>Бублій К. Д.</b> Інноваційний менеджмент у розвитку медіа продакшн .	328
<b>Бурхан С.</b> Нейромаркетинг в видавничій справі: зарубіжний досвід ..	331
<b>Голованова К.</b> Методи дослідження інформаційно-комунікаційної діяльності кіноархівів України та Німеччини .....	334
<b>Коваленко А. О.</b> Інновації в бібліотечній практиці: впровадження новітніх технологій для підвищення ефективності та залучення користувачів .....	336
<b>Крижанівська С. К.</b> Електронна бібліотека «Культура України». Становлення та розвиток електронних бібліотек, їх функції та завдання .....	339
<b>Кузюк Р.</b> Упровадження сучасних технологій у документаційне забезпечення КП «Муніципальна охорона» .....	344
<b>Лагута О. А.</b> Онлайн-сервіси Укрпошти .....	347
<b>Неколюк-Сасса Д.</b> Упровадження інклюзії в діяльність бібліотек з метою підвищення їхньої ефективності як мультифункціональних закладів культури .....	349
<b>Полієвець В. С.</b> Аналіз зарубіжного досвіду управління інноваційним розвитком у сфері культури .....	351
<b>Проць О. В.</b> Бренд-орієнтована реклама: сутність та місце в системі комунікацій бренду .....	355
<b>Пустовойт В В., Дьяченко Р. В.</b> Просування закладів харчування за допомогою SMM-інструментів .....	357
<b>Сапожнікова Д.</b> Інформатизація діяльності органів місцевого самоврядування в Україні .....	360
<b>Солощенко Л. Є.</b> Тенденції розвитку публічних бібліотек як соціокультурних центрів (на прикладі комунального закладу «Ситковецька публічна бібліотека Райгородської сільської ради»).....	363

Харитоновна А. Ю., Дьяченко Р. В. Відеоконтент як популяризація бренду .....	365
--	-----

#### **Секція 4. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПРОТИДІЇ ЕКЗИСТЕНЦІЙНИМ ЗАГРОЗАМ ПОВОЄННОГО ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ**

Закіров М. Б. Роль бібліотек у захисті від інформаційно-комунікаційних загроз воєнного і повоєнного періоду .....	369
<b>Гриньків А. П.</b> Роль життєстійкості в збереженні культурної ідентичності під час та після воєнних конфліктів: упровадження інноваційних соціальних послуг в Україні .....	372
<b>Денисюк Ж. З.</b> Розбудова системи стратегічних комунікацій в умовах військової агресії.....	376
<b>Дячук В. П.</b> Культура як сумативний стан суспільства.....	379
<b>Клименко О. З., Сокур О. Л.</b> Базові засади науково-методичної діяльності Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського в умовах воєнного стану .....	383
<b>Хімич Я. О.</b> Інформаційна культура та медіаграмотність у забезпеченні екзистенційної стійкості в умовах повоєнного полікультурного середовища.....	386
<b>Курасов В. Г.</b> Працевлаштування та захист українців за кордоном під час збройної агресії рф проти України.....	388
<b>Паламаренко В. Ю.</b> Модернізація національного соціокультурного простору шляхом удосконалення вітчизняного інформаційного виробництва .....	391
<b>Побережна Т.</b> Концептуалізація дослідження трансформації діяльності публічних бібліотек Поділля у сучасних умовах .....	393
<b>Артеха І. І.</b> Медійний простір в умовах воєнного конфлікту .....	396
<b>Камінська А. О.</b> Основні пріоритети та моральні цінності сучасного бібліотекаря в умовах воєнного стану.....	399
<b>Крупський Є. М.</b> Роль інформаційної культури та медіаграмотності в інформаційних війнах.....	402
<b>Мельниченко Є. В.</b> Вплив телеграм-каналів на сприйняття інформації в умовах воєнного стану .....	405
<b>Невмержицький М. В.</b> Інформаційні послуги міграційних	



консалтингових служб в період війни, виклики та можливості післявоєнного періоду .....	408
<b>Сиряченко М. А.</b> Вплив новинного контексту на суспільство під час конфліктів і повномасштабної війни та наслідки, які виникають у результаті такого впливу.....	411
<b>Тимошук Н. В.</b> Механізми російської пропаганди у російсько-українській інформаційній війні.....	413
<b>Філонов Н. А</b> Стратегія боротьби з сучасною пропагандою в популярних соціальних мережах .....	416

## **Секція 5. ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В УМОВАХ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ ТА ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД**

<b>Jade Belgrand.</b> La Préservation du Patrimoine Culturel en Temps de Conflits Armés .....	419
<b>Бойко В., Ф. Кулешов С. Г.</b> Доступ до документів Національного архівного фонду та довідкового апарату архівних установ в умовах дії воєнного стану в Україні .....	425
<b>Шевченко Н. О.</b> Інтенсифікація туристично-рекреаційної діяльності як чинник відродження локальної ідентичності.....	428
<b>Рева Т. С.</b> Деколонізація культурної спадщини як інструмент формування громадянської стійкості: український вимір.....	430
<b>Білобловський В. І.</b> Аналіз пісні Володимира Івасюка «Я піду в далекі гори» .....	432
<b>Добровольська С. І.</b> Нематеріальна культурна спадщина у формуванні соціокультурного простору України .....	435
<b>Забродська М. А.</b> Концепт національної ідентичності в музейно-виставкових просторах України.....	438
<b>Коник Д. С.</b> Синтез видів мистецтва як спосіб збереження культурної спадщини.....	440
<b>Косінська Т. В.</b> Хорова культура поділля: збереження та трансформація в умовах російсько-української війни .....	443
<b>Матіос А. О.</b> Формування міжнародно-правових засад мистецької експертизи для реституції культурних цінностей, пограбованих у ході російсько-української війни в Україні.....	447
<b>Матіос В. О</b> Організаційні засади взаємодії правових інституцій щодо документування злочинів проти культурної спадщини України .....	451

<b>Плоха О. В.</b> Опішнянська кераміка – джерело сил і натхнення.....	454
<b>Поліщук В. І.</b> Сталий розвиток крізь призму культурних і креативних індустрій.....	456
<b>Соколовський М. А.</b> Українська спільнота в Польщі як приклад збереження національної ідентичності.....	460
<b>Торконяк Н. І.</b> Лемківський фольклор як символ національної трагедії: інтерпретаційний вимір.....	463
<b>Кузьменко Д. О.</b> Використання соціокультурних практик в діяльності Національної історичної бібліотеки України.....	465
<b>Мельник С.</b> Локальна культурна спадщина як основа культурного піднесення та збільшення регіонального культурного виробництва у повоєнній Україні.....	468
<b>Степанова В.</b> Виявлення і популяризація елементів культурної спадщини України як основа соціокультурних домінант розвитку місцевих громад.....	470
<b>Шостак Т. В.</b> Особливості державної політики України в контексті охорони культурної спадщини.....	473
<b>Данілова З. С.</b> Важливість охорони гастроспадщини України.....	475
<b>Єзерницька П. В.</b> Організація гастрономічного туризму в різних країнах світу.....	478
<b>Кузьменко О.</b> Збереження нематеріальної культурної спадщини України шляхом підвищення обізнаності на прикладі проекту «Віртуальний музей НКС».....	480
<b>Кравець Н. О.</b> Форми оприлюднення архівних документів: досвід центрального державного архіву громадських об'єднань та україніки і галузевого державного архіву СЗРУ.....	482
<b>Смірна Л. С.</b> Популяризація традиційних народних звичаїв у соціокультурній діяльності України.....	484
<b>Кравець А. В.</b> Визначення зносу об'єкта культурної спадщини.....	487

## **Секція 6. МИСТЕЦТВО В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ГЛОБАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ**

<b>Афоніна О. С.</b> Коди культури в музичній основі для хореографії.....	490
<b>Кислюк К., В. Кислюк Л. В.</b> Стан культури і мистецтва в умовах російсько-української війни: історіографічний аналіз.....	493
<b>Брянцева Г. В.</b> Українці і війна: як зображують війну ілюстратори в українських пікчербуках, виданих у 2022 – 2024 роках.....	496

<b>Воробйова Н. П.</b> Зміна культурних практик українців під час війни ....	500
<b>Шершова Т. В.</b> Музичне мистецтво як психотерапевтичний інструмент для подолання кризових станів .....	502
<b>Шумакова С. М.</b> Постдраматичний театр: медіальність у вимірі соціокультурного ландшафту життя .....	505
<b>Бутовська О. В.</b> Флористичні символи як елемент створення образу в сучасному мистецтві України.....	507
<b>Гаврилович С. М.</b> Сучасні виставкові практики: партисипація простору й репертуар зображальної творчості.....	511
<b>Жаворонков М. М.</b> Мистецтво ілюзіонізму в рамках культурного простору сучасності .....	515
<b>Іллюша В. Г.</b> Імерсивні технології у музейно-виставкових практиках сучасності .....	517
<b>Іщенко К. Ю.</b> Штучний інтелект, як інструмент цифрового мистецтва	521
<b>Карасьова Є. В.</b> Мерчандайзинг у сучасному культурному просторі ..	524
<b>Котеленець К. М., Копотілов М. В.</b> Мистецтво графічного дизайну і філософія в існуванні глобального культурного простору .....	526
<b>Копотілова О. М.</b> Розвиток самоєфективності під час занять декоративно-прикладним мистецтвом в умовах змін культурного простору .....	529
<b>Костін Р. О.</b> Ада Роговцева: втілення української незламності на тлі глобальних викликів .....	532
<b>Леонтьєва О. В.</b> Феміністичне мистецтво на Венеційській бієнале-2024: у пошуках гендерного балансу.....	534
<b>Маланюк В. Я.</b> Інтерактивні технології в експозиційному дизайні корпоративних музеїв .....	537
<b>Несен І. І.</b> Трансформації і взаємодії стилів у західноєвропейському мистецтві раннього модерного часу.....	541
<b>Годлевський В. О.</b> Сучасна модернізація акордеонно-баянного інструментарію України: тенденції та перспективи.....	544
<b>Фесенко В. В.</b> Виставки та ярмарки в структурі артринку України.....	547
<b>Висоцький О. А.</b> Проектна діяльність як практика ціннісно-орієнтованого культуротворення.....	550
<b>Сеножатська Я. О.</b> Дослідження використання сучасної витинанки у дизайні поліграфічної продукції.....	552
<b>Атландерова К. А.</b> Мурал як сучасний спосіб мистецької комунікації .....	554

<b>Жадик І. С.</b> Самоцитування та самодіалог у сучасній композиторській творчості .....	556
<b>Никоненко К. Ю.</b> Українська кіноіндустрія в умовах війни та повоєнний час: перспективи та розвиток .....	558
<b>Падалко В. О.</b> Музично-літературний проєкт Вікторії Падалко «Як співають слова видатних українців» .....	562
<b>Петренко Ю. О.</b> Роль мистецьких шкіл в системі забезпечення духовно-культурних потреб підростаючого покоління (на прикладі Центру дитячої та юнацької творчості м. Синельникового Дніпропетровської об.) .....	565
<b>Спіжова А. В.</b> Театральна діяльність в Україні в умовах воєнного стану .....	568
<b>Крипчук М. В.</b> Театральний перформанс як особлива форма презентації художньої інформації глядачу.....	571
<b>Фик Ю. В.</b> Засади неофольклорної традиції у постмодерній культурі.	574
<b>Єнчев М., Єнчева Н.</b> Універсальний дизайн як генеративна парадигма культуротворчості.....	578
<b>Чеснок Л. Г.</b> Вплив модних тенденцій та формування іміджу.....	582
<b>Заїка Г. О.</b> Образ Києва у творчості українських художників ХХ століття .....	585
<b>Драч В. В.</b> Хореографічне мистецтво як засіб формування культурного бренду України .....	586
<b>Кушнарьова М. Б.</b> Образ Європи у сучасному американському кінематографі: до проблеми стереотипів .....	588
<b>Ковалевський А. Г.</b> Наукове сканування як інноваційна форма збереження та поширення творів мистецтва .....	592
<b>Шостак Т. В.</b> Особливості державної політики України в контексті охорони культурної спадщини .....	594
<b>Матвієнко В. В.</b> Нормативно-правова основа функціонування природних парків (на прикладі Національного природного парку «Кармелюкове Поділля») .....	597

Наукове видання

# У ПОШУКУ НОВИХ СЕНСІВ ПОЛІКУЛЬТУРНОГО СВІТУ. ПОВОЄННИЙ ДІАЛОГ КУЛЬТУР

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної наукової конференції

(Київ, 16 – 17 ТРАВНЯ 2024 РОКУ)

Упорядник: *Валентина Дячук*

Дизайн і верстка *Михайло Гнатюк*

Підп. до друку 20.05.2024. Формат 60×84/16.  
Умовн. друк. арк. 35,6. Обл.-вид. арк. 39,3.  
Гарн. Times New Roman, Arial. Онлайн-формат.

**Видавнича підготовка:**

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв  
(Навчально-виробнича майстерня)

Україна, 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп. 11, к. 7.

E-mail: nakkim\_@ukr.net

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
Серія ДК № 3953 від 12.01.2011 р.*