ISSN 2226-0285

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

MINISTRY OF CULTURE AND INFORMATION POLICYOF UKRAINE
NATIONAL ACADEMY OF MANAGERIAL STAFF OF CULTURE AND ARTS

КУЛЬТУРА І СУЧАСНІСТЬ

№ 2 АЛЬМАНАХ **2022**

CULTURE AND CONTEMPORANEITY

ALMANAC

Заснований у 1999 р.
Виходить двічі на рік

Київ

УДК 050:(008+7)

Культура і сучасність : альманах. 2022. № 2. 165 с.

В альманасі «Культура і сучасність» Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв висвітлено актуальні питання культурології та мистецтвознавства, опосередковані динамічними змінами на сучасному етапі цивілізаційних трансформацій.

Видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів, студентів й усіх, хто прагне отримати ґрунтовні знання теоретичного і прикладного характеру.

Р Е Д А К Ц І Й Н А К О Л Е Г І Я

Герчанівська П. Е., д. культ., проф. (*головний редактор*) (Україна); ***Вєдєнєєв Д. В.,*** д. іст. наук, проф. (*заст. головного редактора*) (Україна); ***Овчарук О. В.***, д. культ., проф. (*відповідальний секретар*) (Україна); ***Волков С. М.,*** д. культ., проф. (Україна); ***Денисюк Ж. З.,*** д. культ. (Україна); ***Езкуерро А. Е.***, д. філос. (Іспанія); ***Кайл К.,*** д. філос. (Німеччина); ***Каталінік В.,*** д. філос. (Хорватія); ***Коваленко Є. Я.,*** к. екон. наук., доц. (Україна); ***Копієвська О. Р***., д. культ., проф. (Україна); ***Литвин С. Х.,*** д. і. н., професор (Україна); ***Льоос Х.,*** д. філос., проф. (Німеччина); ***Пастерняк В.,*** д. габілітований, проф. (Польща); ***Прищенко С. В.,*** д. мист. (Україна); ***Ростіролла Д.***, д. філос., проф. (Італія); ***Сапенько Р.,*** д. габілітований, проф. (Польща); ***Смолик О. І.*** д. культ., проф. (Білорусь); ***Яковлев О. В.,*** д. культ, доц. (Україна)

Статті, подані до редакції журналу, рецензують члени редакційної колегії

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (**категорія «Б»**)
зі спеціальностей: 022 Дизайн; 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація; 028 Менеджмент соціокультурної діяльності; 034 Культурологія
відповідно до Наказу МОН України від 02.07.2020 № 886 (додаток 4)

Альманах «Культура і сучасність» індексується в міжнародних базах даних: International Impact Factor Services; Research Bible; Polish Scholarly Bibliography; Google Scholar; Journals Impact Factor; BASE; InnoSpace; Scientific Indexing Services; CEEOL (Central and Eastern European Online Library); Index Copernicus

Друкується за рішенням Вченої ради
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
(протокол № 4 від 29.11.2022)

Свідоцтво про державну реєстрацію:
КВ 21134-10934ПР від 08.12.2014

© Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2022
© Автори, 2022

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

УДК 130.2 ”19/20”
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270531

Цитування:
Герчанівська П. Е. Цифрова культура в інформаційному суспільстві: антропологічний аспект. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 3–7.

Gerchanivska P. (2022). Digital Culture in Information Society: Anthropological Aspect. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 3–7 [in Ukrainian].

Герчанівська Поліна Евальдівна,
доктор культурології, професор,
професор кафедри культурології
та міжкультурних комунікацій
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0003-3647-6265
nikipoilly77@hotmail.com

ЦИФРОВА КУЛЬТУРА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: АНТРОПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Метою роботи є вивчення антропологічного аспекту цифрової культури в контексті інформаційного суспільства. **Методологія дослідження** базується на фундаментальних принципах історико-культурологічного аналізу. У межах таких напрямів культурологічної науки, як феноменологія, герменевтика, діалогістика, семіотика сформоване методологічне підґрунтя для аналізу наслідків антропологічної революції в інформаційному суспільстві з позицій сучасних наукових концептів. **Наукова новизна** дослідження полягає в осмисленні антропологічної сутності цифрової культури як модератора формування нового соціального типу людини – «людини цифрової культури», а також як детермінатора структурних змін в інституційній системі суспільства. **Висновки.** Основу дослідження становить теза про активну роль людини в процесі створення цифрових технологій. Встановлено, що зміна соціокультурної парадигми, формування цифрової культури призвели до кардинальних структурних перетворень у сучасній інституційній системі суспільства та детермінували появу «людини цифрової культури» – креативної, орієнтованої на цифровий формат сприйняття інформації та здатної адаптуватися до динамічної трансформації інформаційного поля. Показано, що перехід на цифровий формат не тільки забезпечив суттєве збільшення обсягу інформації, розширив коло користувачів, але й став чинником розмивання кордону між реальним і віртуальним світами людини, породив «цифрову нерівність» і створив платформу для гібридних воєн.

***Ключові слова*:** інформаційне суспільство, інформаційна культура, цифрова культура, цифрові технології, інформаційна безпека, гібридна війна.

Gerchanivska Polina, *D. Sc. in Cultural Studies, Professor, National Academy of Culture and Arts Management*

Digital Culture in Information Society: Anthropological Aspect

The purpose of the article is to investigate the anthropological aspect of digital culture in the context of the information society. **The methodology of the study** is based on the fundamental principles of historical and cultural analysis. Within the framework of such areas of cultural science as phenomenology, hermeneutics, dialogistic, semiotics, the methodological basis for the analysis of the consequences of the anthropological revolution in the information society from the perspective of modern scientific concepts has been formed. **Scientific novelty** of the research consists in the comprehension of the anthropological essence of digital culture as a moderator of the formation of a new social type of man – a «digital culture man», as well as a determinant of structural changes in the institutional system of society. **Conclusions.** The thesis of the active role of a human in the process of digital technology creation is the basis of the study. It has been established that the change of socio-cultural paradigm and the formation of digital culture have led to radical structural changes in the modern institutional system of society and has determined the emergence of a «digital culture man». A «digital cultural man»thinks creatively, focuses on the digital format of information perception and is capable of adapting to the dynamic transformation of the information field. It is shown that the transition to digital format has not only provided a significant increase in the volume of information, expanded the range of users, but has also become a factor in blurring the boundary between the real and virtual worlds of a man, has created a «digital divide» and has created a platform for hybrid wars.

Key words: information society, information culture, digital culture, digital technology, information security, hybrid warfare.

© Герчанівська П. Е., 2022

Актуальність теми дослідження. У другій половині XX століття людство вступило в інформаційну фазу свого розвитку, домінуючу роль у якій відіграє не матеріальне виробництво, а обробка інформації. За висловом Е. Тоффлера, цей період є «епохою затвердження інноваційних технологій у сфері виробництва, побуту, громадської організації, політики, спілкування та культури»[4]. Зміна соціокультурної парадигми детермінувала появу феномену цифрової культури. Завдяки цифровим технологіям стало можливим відтворення образів культурних артефактів, що сприяло формуванню віртуальних музейних колекцій; виникли гібридні форми мистецтва, які включають елементи віртуальної реальності (відеоінсталяції, постцифрове мистецтво).

Розвиток цифрової культури актуалізував проблему створення мережі електронних бібліотечних фондів та забезпечив широкий доступ до інформаційних баз даних, вносячи істотні корективи в освітній процес (з'являється новітня форма навчання – онлайн). Формуються такі галузі знань, як гуманітарна інформатика, комп'ютерна лінгвістика, кіберпсихологія та ін. Водночас технологічний прогрес став потужним модератором трансформації соціального типу людини та кардинальних структурних змін в інституційній системі суспільства. Аналізуючи сучасну наукову літературу [2–4], доходимо висновку, що багато питань, пов'язаних з антропологічною революцією в інформаційному суспільстві, залишаються недостатньо вивченими та потребують всебічного розгляду.

Метою роботи є аналіз антропологічного аспекту цифрової культури інформаційного суспільства. Основу дослідження становить теза про активну роль людини в процесі створення цифрових технологій, що визначили радикальні зміни в характері міжособистісних та міжгрупових взаємин у сучасному соціумі.

Аналіз досліджень і публікацій. Звернемось до термінологічного апарату та розглянемо такі ключові для проблематики поняття, як «інформаційна культура» та «цифрова культура». Термін *інформаційна культура* з'явився в науковій літературі у зв'язку з колосальним посиленням ролі інформації в соціокультурних процесах. Він характеризує культуру з погляду інформації, що акумулюється, обробляється і транслюється в її межах. Як пише Д. Робертсон, розвиток інформаційної сфери суспільства відбувався поступово – від формування мови як засобу комунікації, писемності, друкарства до створення ЕОМ [3]. Сучасна її фаза включає етапи: 60–70-ті роки XX ст. – створення технологічної інфраструктури (персональних комп'ютерів та комп'ютерних мереж) для реалізації проєкту інформаційного суспільства; 80–90-ті роки – удосконалення цифрових технологій і широка дигіталізація соціокультурних практик. Унаслідок біфуркаційного сплеску в розвитку цифрових технологій на зламі XX–XXI століть формується цифрова культура, що базується на цифровому кодуванні інформації.

Поняття *цифрова культура* (digital culture), яке в науковий обіг увів Ч. Гір [2], має кілька значень: в *онтологічному сенсі* – це особлива форма буття, у якій на зміну аналоговому відображенню інформації приходить нова комунікативна форма – цифрова; в *аксіологічному сенсі* – це набір цінностей сучасного інформаційного суспільства, закодованих у цифрах, що втілені в технічних системах і які транслюють за допомогою комунікаційних механізмів; з позиції *соціально-психологічного підходу* цифрову культуру трактують як систему нових людських практик, викликаних процесом цифровізації життя і суспільного простору.

Вирізняють п'ять рівнів цифрової культури: *матеріальний* (самі цифрові устрої); *функціональний* (соціальні інститути, що реалізують комунікацію); *символічний* (мова програмування); *ментальний* (звички роботи з цифровими пристроями та інформацією, що є відображенням особистісних установок та цінностей); *духовний* (принципи формування та підтримки духовних цінностей у національному, міжнаціональному, етнічному та локальному контекстах).

Виклад основного матеріалу. Розкриємо сутність сучасного процесу трансформації інформаційного простору. З одного боку, цей процес означає переведення всіх ресурсів з аналогових форм комунікації в цифрові, що дає змогу структурувати й оптимізувати величезні потоки інформації, підвищує ефективність їх використання; з іншого – докорінне перетворення концепції та формату функціонування соціокультурних систем на всіх її рівнях. Алгоритм переходу соціокультурних систем на цифрову платформу містить такі етапи, як: оцифрування (переведення інформації в цифровий формат); упровадження цифрових технологій; формування цифрового простору взаємодії користувачів цифрових технологій; перебудову

концепції та формату комунікації елементів соціокультурної системи на цифровий простір з використанням цифрових технологій.

Якщо наприкінці XX ст. суспільство здебільшого фокусувало увагу на технологічних аспектах цифрової культури, то у XXI ст. вектор наукового дослідження спрямований на вивчення тих перетворень у соціумі, що відбуваються у зв'язку з поширенням цифрових технологій. Трансформації в інформаційному полі викликали зміну природи людини та її культурного споживання. Перетворювальні процеси торкнулися насамперед рольових моделей виробників технологій, які здійснюють розробку та захист інтелектуальних ресурсів (постачальників програмного забезпечення), творців мережевої взаємодії, які володіють набором компетенцій цифрового менеджменту, а також усієї інституційної системи, що забезпечує централізоване управління процесом на всіх його рівнях (державному, регіональному). Це дало змогу реалізувати життєвий цикл інформаційної моделі загалом.

Актуальним стає питання формування нового типу людини – людини цифрової культури, креативної, з високим рівнем цифрової грамотності та компетентності; людини, орієнтованої на цифровий формат сприйняття інформації та здатної адаптуватися до динамічної трансформації інформаційного поля. Для адаптації та ефективного функціонування у варіативному полі цифрової культури необхідно, передусім, модифікувати парадигму системи підготовки кадрів: реформувати систему освіти шляхом створення освітніх програм, орієнтованих на формування затребуваних ключових компетенцій; перманентно освоювати нові цифрові технології за допомогою активного використання різноманітних форм додаткової освіти та самоосвіти (мережевих методів навчання, програм підвищення кваліфікації та професійної перепідготовки кадрів тощо).

Особливу увагу слід приділити таким компетенціям (hard skills), як: здатність до створення нових цифрових моделей та аналізу даних (data science); здатність до інтеграції з партнерами через відкритий програмний інтерфейс (open API); здатність до володіння проривними технологіями (штучний інтелект, робототехніка, 3D-відео, хмарні послуги, віртуальна реальність тощо) та е-менеджментом (ефективним менеджментом, організованим за допомогою інформаційних технологій). Це потребує вдосконалення стандартів освіти щодо підготовки фахівців у сфері цифрових технологій, які мають навички цифрового мислення, володіють цифровою психологією, емоційним інтелектом та комунікативними здібностями.

Як бачимо, основу цифрової культури становить діяльнісний фактор людини, яка створює та впроваджує в життя інформаційно-комунікаційні технології. На цю особливість, зокрема, звертав увагу Ф. Вебстер. Критикуючи представників технологічного детермінізму, які ставлять на перше місце інформаційні технології, Ф. Вебстер зазначав, що в основі такої позиції «лежать абсолютно спотворене уявлення про чинники соціальних змін, тому що ключ до цих змін намагаються знайти поза соціальними зв'язками, спочатку вперто ізолюючи технологію від суспільства (тобто від сфери оцінок та думок), а потім вводячи її знову, але вже як автономну силу, що призводить до змін у суспільстві» [5, 372].

Перехід на цифровий формат не тільки забезпечує істотне збільшення обсягу інформації, розширює коло користувачів, а й породжує певні труднощі: цифрові технології через систему зворотного зв'язку впливають як на саму людину, так і на соціум, у якому вона функціонує. Ключовою проблемою століття стає феномен віртуальної залежності (virtual addiction disorder) сучасної людини. Входячи у віртуальний світ, вона стикається з новим інформаційним буттям, що дає змогу їй самореалізуватися в новій якості. Кіберпростір починає поглинати реальну дійсність, під його впливом людина втрачає свободу волі, стаючи мішенню для маніпуляції.

Інша проблема – «цифрова нерівність», соціальна нерівноправність, що детермінована не лише різницею в доступі до інформаційних та комунікаційних технологій або розривом між рівнем володіння навичками їх застосування, а й соціальною поляризацією, зумовленою нерівністю доходів, які отримують від використання цифрових технологій [1]. Сьогодні ми стаємо свідками формування нових рівнів диференціації соціуму – за навичками роботи в цифровому полі та ефективністю використання інформації в межах поставлених завдань.

Від рівня цифрової культури індивіда залежить його соціальний статус. Під впливом цифрової культури змінюється свідомість індивідів, трансформується їхня поведінка та світогляд. Цю особливість з успіхом використовують у сучасних гібридних війнах, сутність яких полягає у перерозподілі ролей суб'єктів політичного процесу на глобальному

або регіональному рівні за допомогою інформаційно-психологічного та економічного пресингу на супротивника.

У культурно-світоглядній сфері ключове місце в гібридній війні відводиться ЗМІ, вектор впливу яких за допомогою *fake news* («фейкових новин») спрямований на розмивання традиційних національних духовно-моральних цінностей. Переможцем стає держава чи коаліція, які зуміли нав'язати противникові властиве їм бачення картини світу, цінностей, інтересів і відповідне їх світогляду розуміння «справедливого» розподілу ресурсів. Цифрові технології дають можливість досягти переведення країни під зовнішнє управління при мінімальному рівні військового насильства шляхом концентрованого тиску у фінансово-економічній, інформаційно-психологічній сферах та використання кіберзброї. Стрімкий розвиток технологій детермінує перманентну трансформацію алгоритму та засобів ведення гібридної війни й забезпечує ефективність дій у варіативних умовах.

Стратегія гібридної війни передбачає: чітке формулювання сенсу та цілей війни; розкриття слабких і вразливих сторін у сфері забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки країни-противника; формування комплексу гібридних загроз з урахуванням місцевої специфіки для впливу на «вузькі» місця противника в політико-адміністративній, фінансово-економічній та культурно-світоглядній сферах, а також аналіз його очікуваної протидії; послідовний руйнівний вплив на ключові сфери управління країни-жертви; розгортання неоголошених військових дій, під час яких країна-агресор атакує державні структури та регулярну армію противника за допомогою місцевих бунтівників і сепаратистів, котрих підтримують зброєю та фінансами з-за кордону; висування ультимативних вимог повної капітуляції держави-жертви.

Важливою характеристикою гібридної війни стає *багатомірність* (гібридність), яка націлена на виснаження країни-жертви та передбачає широкий спектр дій щодо хаотизації всіх її життєво важливих сфер. Ця війна – переважно без окупації країни-жертви, руйнування її інфраструктури та масової загибелі населення. Її стратегія побудована на гнучкому поєднанні інформаційного, фінансового, економічного та дипломатичного тиску на супротивника, що дає змогу досягти кумулятивного системного ефекту. Без формального оголошення війни держава-агресор атакує структури державного управління, економіку, інформаційну та культурно-світоглядну сферу, сили правопорядку та регулярну армію країни-мішені.

Регулярні збройні сили зазвичай починають діяти на завершальних етапах гібридної війни під приводом «гуманітарної інтервенції», проведення операції з примусу до миру. Прикладом є «кольорові революції», реалізовані на базі технологій «керованого хаосу», що призвели до зміни політичних режимів у низці країн арабського світу. У російсько-українських відносинах гібридна війна стала елементом нового виду міждержавного протистояння, заснованого на поєднанні стратегій «скрушення та змору» – використання комбінації військових операцій та інформаційного, економічного та дипломатичного впливу росії на Україну.

Іншою особливістю гібридної війни є *просторово-часовий фактор*: як правило, стратегія охоплює всю територію держави-мішені (просторовий чинник); її тривалість залежить від часу реалізації операції виснаження противника (тимчасовий фактор), що додає елемент невизначеності у ведення гібридних процесів.

Масштабний перехід на цифрові технології, використання штучного інтелекту відкрили можливості для атак проти кіберуразливих стратегічно важливих об'єктів інфраструктури, що провокують лавиноподібну хаотизацію ситуації в країні-мішені. Внаслідок кібератак перестають повноцінно функціонувати бортові комп'ютери літаків, танків, системи навігації кораблів, головки наведення високоточних ракет, а також системи супутникового зв'язку та навігації. На думку військових фахівців, величезні руйнівні наслідки використання кіберзброї в гібридній війні дають змогу вже сьогодні порівнювати масштаби її впливу на збройні сили, промисловість, транспорт та населення країни з результатами застосування ядерної зброї.

Висновки. Отже, у процесі дослідження осмислено антропологічну сутність цифрової культури як детермінатора структурних змін в інституційній системі суспільства та модератора формування нового соціального типу людини – людини цифрової культури – креативної, орієнтованої на цифровий формат сприйняття інформації та здатної адаптуватися до динамічної трансформації інформаційного поля. Обґрунтовано, що цифрові технології через систему зворотного зв'язку впливають як на саму людину, так і на соціум, у якому вона функціонує: трансформується свідомість індивіда,

змінюється його поведінка та світогляд. Соціальний статус члена соціуму стає функціонально залежним від рівня його цифрової культури.

Потужний біфуркаційний сплеск у розвитку цифрових технологій викликав антропологічну революцію в сучасному суспільстві. Перетворювальні процеси торкнулися всієї інституційної системи, що забезпечує централізоване управління процесом цифровізації на всіх рівнях (державному, регіональному) і передусім освіти. Удосконалюються стандарти щодо підготовки фахівців у сфері цифрових технологій, створюються освітні програми, орієнтовані на формування ключових компетенцій фахівців у цій галузі.

Показано, що перехід на цифровий формат не тільки сприяв істотному збільшенню обсягу інформації та розширив коло користувачів, а й породив певні проблеми в соціумі. Ключовими з них є: 1) феномен віртуальної залежності сучасної людини; 2) диференціація соціуму за навичками роботи в цифровому полі та ефективністю використання інформації в межах поставлених завдань (цифрова нерівність); 3) гібридні війни, сутність яких полягає в перерозподілі ролей суб'єктів політичного процесу на глобальному або регіональному рівні за допомогою інформаційно-психологічного та економічного пресингу на супротивника.

Література

1. Di Maggio P., Hargittai E. From the «Digital Divide» to «Digital Inequality»: Studying Internet use as penetration increases : Working Paper. Center for Arts and Cultural Policy Studies. Princeton University. Series 15. Summer 2001. 24 p.
2. Gere C. Digital culture. London : Reaction Books, 2009. 240 p.
3. Robertson D. S. The information revolution. *Communication Research*. 1990. Vol. 17. № 2. Pp. 235–254.
4. Toffler A. The Third Wave. New York : Random House Ink., 2015. 560 p.
5. Webster F. Theories of the Information Society. 4th edition. London; New York : Routledge, 2014. 416 p.

References

1. Di Maggio, P. Hargittai, E. (2001). From the «Digital Divide» to «Digital Inequality»: Studying Internet use as penetration increases Working Paper. Center for Arts and Cultural Policy Studies. Princeton University. Series 15. Summer 2001 [in English].
2. Gere, C. (2009). Digital culture. London: Reaction Books [in English].
3. Robertson, D. S. (1990). The information revolution. Communication Research, 17, (2), 235–254 [in English].
4. Toffler, A. (2015). The Third Wave. New York: Random House [in English].
5. Webster, F. Theories of the Information Society. 4th edition. London; New York: Routledge [in English].

Стаття надійшла до редакції 05.10.2022
Отримано після доопрацювання 07.11.2022
Прийнято до друку 14.11.2022

УДК 791.63. (477):791.037.7(450.)
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270534

Цитування:
Погребняк Г. П. Режисерські моделі авторського кіно в контексті міжкультурного діалогу. Частина 3. Творчість режисерів-авторів за сприяння міжнародних програм, фондів, конвенцій. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 8–15.

Pogrebniak G. (2022). Directing Models of Author Cinema in the Context of Intercultural Dialogue. Part 3. Creativity of Directors-Authors with the Assistance of International Programs, Funds, Conventions. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 8–15 [in Ukrainian].

Погребняк Галина Петрівна,
доктор мистецтвознавства, доцент,
професор кафедри режисури
та акторської майстерності
імені народної артистки України
Лариси Хоролець
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-8846-4939
galina.pogrebniak@gmail.com

РЕЖИСЕРСЬКІ МОДЕЛІ АВТОРСЬКОГО КІНО В КОНТЕКСТІ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ

Частина 3. Творчість режисерів-авторів за сприяння міжнародних програм, фондів, конвенцій

Мета статті полягає у виявленні проблем міжкультурного співробітництва в межах підтримки міжнародних програм, фондів, угод у процесі виробництва й світового прокату фільмів режисерських моделей авторського кіно та визначенні наукових орієнтирів, що сприятимуть комплексному аналізу феномену українського авторського кінематографу в міжкультурному середовищі. **Методологія дослідження**. В опрацюванні теми використано аналітичний метод для вивчення мистецтвознавчого й культурологічного аспекту проблеми. Крім того, застосовано методи систематизації та узагальнення, що стали в пригоді задля аргументації самобутності феномену режисури авторського кінематографу, її місця в сучасних культуротворчих процесах, а також визначення об'єктивних закономірностей, котрі характеризують авторські кінематографічні практики в сучасному міжкультурному просторі. Також застосовано кроскультурний метод, що сприяв виявленню особливостей виробництва й дистрибуції фільмів режисерських моделей авторського кіно в системі міжнародного співробітництва. Культурологічний підхід зумовив узагальнену соціокультурну спрямованість дослідження авторського кінематографу культури доби постмодерну та постпостмодерну. **Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що проблема міжкультурного співробітництва у виробництві та світовому прокаті авторського кіно в Україні й за її межами в контексті функціонування програм міжнародної підтримки вперше постала предметом спеціального дослідження; виокремлено та схарактеризовано творчість українських кінорежисерів-авторів, фільми яких були створені як міжнародні проєкти за підтримки міжнародних програм та фондів; доведено доцільність використання системного методу у вивченні особливостей міжнародного фільмовиробничого та дистрибуційного процесу. **Висновки**. Ознайомлення з матеріалами, викладеними в статті, розширює арсенал знань щодо специфіки виробництва та прокату фільмів режисерських моделей авторського кіно в межах міжкультурних проєктів й уможливлює їх використання в навчальних курсах з теорії та історії кіно й режисури.

Ключові слова: український авторський кінематограф, міжнародна співпраця, режисер-автор, продюсер, режисерська модель авторства, Креативна Європа, Європейська конвенція про спільне кінематографічне виробництво.

Pogrebniak Galyna, *Doctor of Art Studies (Dr. Sc.), Associate Professor, Professor at the Larisa Khorolets Department of Directing and Acting, National Academy of Culture and Arts Management*

Directing Models of Author Cinema in the Context of Intercultural Dialogue. Part 3. Creativity of Directors-Authors with the Assistance of International Programs, Funds, Conventions

The purposeof the article is to identify the problems of intercultural cooperation within the framework of supporting international programs, funds, and agreements in the process of production and global distribution of films directed by auteur models and to determine scientific guidelines that will contribute to a comprehensive analysis of the phenomenon of Ukrainian auteur cinema in an intercultural environment. **Research methodology**. Analytical method was used in the development of the topic, which is necessary for studying the art history and cultural aspect of the problem.

© Погребняк Г. П., 2022

In addition, the researcher has used the methods of systematisation and generalisation, which came in handy for arguing the originality of the phenomenon of auteur cinematography, its place in modern culture-creating processes, as well as the determination of objective regularities that characterise auteur cinematographic practices in modern intercultural space. A cross-cultural method has also been applied, which contributed to the identification of the peculiarities of the production and distribution of films of directorial models of auteur cinema in the system of international cooperation. The cultural approach conditioned the generalised socio-cultural orientation of the research of the author's cinematography of the culture of the postmodern and post-postmodern era. **The scientific novelty** of the research lies in the fact that the problem of intercultural cooperation in the production and global distribution of original cinema in Ukraine and abroad in the context of the functioning of international support programs became the subject of a special study for the first time; the work of Ukrainian filmmakers-authors, whose films were created as international projects with the support of international programs and funds, is highlighted and characterised; the expediency of using the system method in studying the peculiarities of the international film production and distribution process has been proven. **Conclusions.** Acquaintance with the materials presented in the article expands the arsenal of knowledge regarding the specifics of the production and distribution of films by directorial models of auteur cinema within the framework of intercultural projects and enables their use in educational courses on the theory and history of cinema and directing.

Key words: Ukrainian auteur cinematography, international cooperation, director-author, producer, directorial model of authorship, Creative Europe, European Convention on joint cinematographic production.

Актуальність теми дослідження. Нагальним завданням національних культур у сучасному глобалізованому світі є збереження, розвиток і примноження надбань власної культурної спадщини, зокрема такої важливої її складової, як авторський кінематограф, котрий, будучи унікальним художнім явищем, виступає дієвим засобом міжкультурної комунікації в пропагуванні загальнолюдських цінностей. Авторське кіно й, зокрема, вітчизняне значною мірою затребуване в сучасному культурно-мистецькому просторі та з успіхом презентує Україну як кінематографічну країну, формуючи її позитивний імідж на міжнародній арені. Однак, попри наявний попит на національні авторські фільми, в Україні існує низка мало не штучних проблем кіновиробництва й міжнародної фільмодистрибуції, пов'язаної із систематичним недотриманням положень та норм внутрідержавного та міжнародного законодавства державними органами виконавчої влади; недбале ставлення, а іноді й ігнорування впливовими державними структурами уставних положень міжнародних фондів щодо спільного продукування і світової дистрибуції національної кінопродукції, зокрема «Єврімаж»; ігнорування угод про сумісне вигідне для України фільмовиробництво між різними країнами (зокрема Францією, Канадою ін.); зволікання участі українських кіновиробників і прокатників у роботі рамкової програми Європейської комісії «Креативна Європа», що загалом гальмує діяльність українських кінорежисерів, зокрема режисерів-авторів, та перешкоджає формування авторських режисерських моделей в Україні.

Аналіз досліджень і публікацій. Нагальні проблеми продукування і поширення екранної, зокрема авторської, кінопродукції в контексті міжнародної співпраці висвітлено в роботах таких теоретиків і практиків кіно та культури, як: В. Бакальчук, К. Білокінь, С. Васильєв, А. Гурков, Є. Дейнека, Д. Зубенко, М. Закусило, П. Жессаті, А. Качкан, Т. Клерк, А. Крисальна, О. Першко, Я. Підгора-Гвяздовський, О. Роднянський, С. Слєпак, Ж. Шапрон, В. Широкова, О. Філатов, В. Хоменко й ін. Так, О. Першко в праці «Копродукція з Україною» відзначає, що в Україні, попри недосконалість законодавства й бюрократичну недбалість чиновництва, поволі створюють міжнародні (передовсім авторські) кінопроєкти (що не лише здобувають визнання на престижних кінофестивалях, але й мають успіх у прокаті країн-виробників), зокрема, спільно зі словацькими, чеськими, румунськими, болгарськими, польськими, литовськими, грузинськими, італійськими, ізраїльськими, британськими, бельгійськими, французькими, голландськими, сербськими, швейцарськими, норвезькими, турецькими кінематографістами [4]. У статті «Що таке «Креативна Європа» та до чого тут закон про аудіовізуальні послуги?» М. Закусило вказує, що залучення нашої країни (за умови повноправного членства) до названої програми дало би унікальну можливість виробникам культурно-мистецького продукту отримати потужну допомогу (передовсім матеріальну) і сприяння в розробці, виробництві, дистрибуції та промоції аудіовізуального контенту (кінофільмів, телевізійного контенту та відеоігор) через заохочення, приміром, торгових агентів (sales agents); підтримку транснаціональної дистрибуції європейських кінострічок з метою подальшого реінвестування в нові, навіть не національні фільми, а також шляхом заохочення прокатної дистрибуції; онлайн-дистрибуції; уможливило би допомогу в продукуванні спільних телевізійних проєктів (вироблених щонайменше трьома телерадіокомпаніями з трьох країн-учасниць

програми), на яку виділяли би до 50% від загального обсягу коштів, передбачених для реалізації проєкту з максимальною його тривалістю – 30 або 42 (у разі серіальної продукції) місяці.

Крім того, культурологиня артикулює думку про те, що повноправне членство України в цій програмі (куди входять 39 країн Європейського Союзу та Східного партнерства) уможливило би реалізацію тренінгового навчання відповідних фахівців за дійсно затребуваними напрямами, а саме: «Менеджмент», «Нові технології», а головне – «Сценарна справа», котра наразі не належним чином організована в нашій країні. Адже, попри двадцятилітнє існування в Україні міжнародного літературного конкурсу романів, п'єс і кіносценаріїв «Коронація слова», де кінодраматурги здобувають нагороди, лише незначну частину сценаріїв-переможців залучають до аудіовізуального виробництва. Крім того, така програма надавала би допомогу у формуванні цільової аудиторії за такими спрямуваннями, як «Кінограмотність» і «Заходи з розширення аудиторії з використанням інноваційних та інтерактивних стратегій і технологій»; сприяла би в проведенні міжнародних конференцій, симпозіумів і кінофестивалів на території нашої країни; здійсненні підтримки в організації європейських майданчиків на ярмарках та аудіовізуальних ринках (як-то, приміром, спеціальний контент-ринок для виробництва копродукції, купування-продажу, фінансування, дистрибуції розважального контенту «MIP TV» (Marche International des Programs de Television), міжнародний ринок комунікаційних програм «MIPCOM» (Marche International des Programmes de Communication), найпрестижніші міжнародні кіноринки Каннського та Берлінського кінофорумів). Тобто йдеться про те, що продюсери тих країн, котрі мають повноправне членство в програмі «Креативна Європа», можуть розраховувати на вільний вихід на пітчинги європейських продюсерських форумів, знаходячи там, зокрема, підтримку Eurimage, сподіватись на підтримку скрипт-докторів у доопрацюванні сценаріїв, розробляти маркетингові стратегії та плани фінансування аудіовізуальних проєктів, навіть проводити акторські кастинги за кордоном [2].

Метою статті є виявлення та окреслення шляхів подолання творчо-виробничих проблем міжкультурного співробітництва в процесі продукування та прокату фільмів режисерських моделей авторського кіно та визначення наукових орієнтирів, що сприятимуть комплексному аналізу феномену українського авторського кінематографу в міжкультурному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Розмірковуючи з приводу привабливості можливостей для українського аудіовізуального сектору, які надає «Креативна Європа», не полишаймо поза увагою вислів «якби Україна була повноправним членом цієї програми», адже членство в подібних проєктах передбачає щорічну сплату державою певного внеску до «бюджету ЄС, розмір якого розраховують для кожної країни індивідуально відповідно до певної формули (з урахуванням показників ВВП, кількості населення тощо)». Тож, умовно прийнявши 2015 року нашу країну до програми «Креативна Європа» із символічним вступним внеском у розмірі всього один євро (дія якого поблажливо подовжилася на 2016–2017 роки) було рекомендовано сплатити 2018 року повноцінний вступний членський внесок у розмірі 500 тисяч євро (тоді як у подальшому сума наступного внеску мала би визначатися в переговорному процесі між Кабінетом Міністрів і Єврокомісією). Однак у державному бюджеті ця сума запланована так і не була (та й не могла бути передбачена), а відповідно, членський внесок виплачений не був, за відсутності якого Україна може розраховувати хіба що на забезпечення діяльності національного бюро вказаної програми. Причин тому було кілька, одною з них стала відсутність дії закону «Про аудіовізуальні медіасервіси» (ухвалення котрого з метою введення європейських стандартів у медійній галузі відповідно до угоди про асоціацію України і ЄС є зобов'язанням української сторони), робота над яким тривала з 2012 року. Зрештою, доопрацьований робочою групою при Комітеті з питань свободи слова та інформаційної політики проєкт таки був внесений наприкінці 2017-го до комітету, зареєстрований його головою за номером 7397, проте й донині залишається «на розгляді».

Прикрим є той факт, що коли ще 2017 року С. Сазовський (на той час співвласник групи компаній Film.ua Group), один з учасників Українського форуму програми Creative Europe (котрий відбувся в межах Kyiv Media Week) запевнив, що представники бізнесу готові взяти «на себе оплату членського внеску держави». Як виявилося, втілити подібні благі наміри виробників аудіовізуального продукту не є

можливим, оскільки «законодавство не дозволяє державним органам приймати кошти від бізнесу (напряму, через благодійні фонди чи інакше) на оплату членських внесків держави в міжнародних ініціативах», а необхідний закон тим часом кілька років поспіль перебуває «на розгляді». Не менш прикрим є і те, що навіть у разі негайного ухвалення та запровадження закону «Про аудіовізуальні медіасервіси» скористатись підтримкою програми «Креативна Європа» виробники аудіовізуального продукту в Україні не зможуть, оскільки дія її розрахована лише на сім років – з 2014 до 2020 року, тоді як цивілізованим європейським країнам така допомога була надана. Так, приміром, невеличка Бельгія тільки 2016-го отримала від названої програми (що частково замінила національну) підтримку на суму близько 8,5 млн євро, що були розподілені між 27 продакшинами й використані як для виробництва, так і дистрибуції аудіовізуального продукту (різного за видами й жанрами). 30 словенських проєктів (а серед них найбільш успішні – документальний «Х'юстон, у нас проблема!» (Houston, We Have a Problem), ігрові – «Нічне життя» (Nightlife), «Історія кохання» (History of Love) та ін.) і деякі національні компанії (як-то ITF Design) у проміжку з 2014 до 2016 року здобули допомогу в розмірі 1,4 млн євро як для фільмування, так і розповсюдження продукції. Підтримку від 25 тисяч до 50 тисяч євро мали литовські проєкти, серед яких «Лагідна» в режисурі С. Лозниці, неофіційна (попри участь української компанії Solar Media Entertainment) для України копродукція Німеччини, Франції, Нідерландів, Литви (вироблена компаніями Slot Machine, ARTE France Cinema, Graniet Film, Solar Media Entertainment, Looks Filmproduktionen Gmbh, Studio Uljana Kim, Wild at Art) [2]. Тож виявляється, коли йшлося про підтримку проєкту «Межа» з боку програми «Креативна Європа», таку надавали Словаччині (як учасниці копродукції), а не Україні.

Узагальнюючи розмисли щодо творчої та економічної вигоди копродукції з українськими кіновиробниками, слушною вважаємо думку О. Першка, котрий вказує: «об'єднання заради спільного успіху» є синтезом зусиль, ресурсів, талантів, тем, що слід розглядати як головний принцип копродукції. Тож саме з метою більш спрощеного пошуку міжнародного партнерства, спільного поля діяльності для «ключових гравців медіабізнесу» [8] з різних країн світу за підтримки Українського культурного фонду (що уможливило безкоштовну участь українських продюсерів, режисерів, сценаристів у межах програми «Підсилення потужності українського аудіовізуального сектору») «було створено копродукційний івент KMW CoProduction Meetings» [4].

Варто нагадати, що заснований 2011 року найбільший медійний міжнародний форум країн Центральної та Східної Європи Kyiv Media Week як головна медійна подія в Україні проводиться щорічно, збираючи «сотні учасників з більш ніж 35 країн світу», об'єднуючи «міжнародний ринок контенту» й низку ексклюзивних бізнес-заходів, пов'язаних передовсім з обміном інформацією, як-то Business-to-Business (або B2B). Тоді як KMW CoProduction Meetings виступає спеціальною платформою (що складається з презентацій проєктів, дискусій, індивідуальних зустрічей українських та іноземних продюсерів, консультацій) «пошуку партнерів для міжнародної копродукції і поширення інформації про українські проєкти, виробничий і творчий потенціал на міжнародному рівні», останній з яких відбувся наразі у вересні 2019 року в Hyatt Regency Kyiv.

Прикметно, що оскільки вказаний захід фактично покликаний сприяти «розвитку міжнародної копродукції в Україні», то його організатори подбали, щоби всі міжнародні продюсери, котрі брали участь у форумі, не лише мали багатий досвід міжнародної копродукції, а й були зацікавлені в співпраці саме з Україною, вказує керівниця проєкту Алла Преловська. Так, приміром, на вересневий 2019 року KMW CoProduction Meetings запросили телепродюсерку визнаного болгарського продакшену AGITPROP Мартічку Божілову, авторські кінострічки котрої – «Любов та інженери», «Не торкайся», «Омлет», «Георгі та метелики», «Палац для народу», «Комарі та інші проблеми» (вироблені в копродукції з грецькими, німецькими, французькими, італійськими, американськими й іншими кінематографістами) не лише здобули відзнаки найпрестижніших міжнародних кінофорумів (зокрема Санденс, Трібека, Берлінський, Каннський, Лондонський, Карловарський, Амстердамський (IDFA)), але й були придбані в чимало країн світу. Сама підприємиця не лише демонструє інтерес до міжнародних (як ігрових, так і неігрових) проєктів, а й виявляє готовність співробітничати в копродукції. Продюсерка активно залучає не лише європейських та українських виробників аудіовізуального продукту, але й, співпрацюючи з українськими кіносервісами, уможливлює фільмування частини спільних проєктів

безпосередньо в Україні.

Зацікавленість до співпраці з українськими кіно- й телепродюсерами (котрі би взялися до розробки тематики українського, ізраїльського чи то єврейського культурного спадку в межах історичної або сучасної драми) виявив і Галь Заїд – очільник ізраїльської компанії Endemol Shine Israel, який спеціалізується на серіальному виробництві. Тоді як голова спільної (Норвегії та США) компанії з девелопменту Viafilm Девід Лідер зацікавлений у спільному продукуванні як комедійних стрічок і драм, так і серіалів вказаного жанру, призначених для поширення телевізійними каналами, а також VoD-платформами й, що важливо, таких, що містять етнічні чи то міфологічні елементи. Гевін Рірдон, представник відділу продажу та копродуктивного виробництва канадійської компанії Incendo, акцентуючи передовсім на інтересі до контенту, розвинутого «навколо об'єктів інтелектуальної власності», вказав на готовність виробляти спільні з Україною різножанрові телевізійні серіали, однак за умови певної пов'язаності наративу з Канадою чи то Північною Америкою (що надавало би фінансового потенціалу такій копродукції), віддаючи перевагу проєктам з готовим сценарієм «пілотного епізоду та частки фінансування». Певний інтерес до копродукції з українськими кіно- й телевиробниками виявив і член словацької Академії кіно й телебачення Растіслав Шестак (співвласник і продюсер студії DNA Production), демонструючи відкритість в розгляді цікавих пропозицій виробництва як фільму, так і телесеріалу, що стосуються жанру кримінальної драми й трилеру.

Вкажемо, що європейські країни тільки з 2007 до 2016 року створили в копродукції понад 18 тисяч фільмів (де серед ігрових стрічок чи не кожна четверта, що становить 24% від загальної кількості кінопродуктів, була продуктом міжнародного співробітництва), тож українським виробникам за підтримки правової бази держави слід активно долучатись до такого процесу. Проте українським кіно- й телевиробникам слід бути свідомими того, що не кожний закордонний проєкт, у який вкладають кошти, автоматично набуває статусу міжнародної копродукції: у цьому процесі важливу роль мають відігравати різноманітні інституції, котрі шляхом оформлення відповідних документів, здійснюють регулювання в аудіовізуальному секторі. До того ж, кінострічки, створені в копродукції (авторські не виняток), зазвичай, розраховують на допомогу держави, виборюючи в такий спосіб одночасне набуття «національного» статусу в кількох країнах, що є учасницями спільного проєкту. Крім того, у європейських країнах продюсери, беручись до продукування міжнародного аудіовізуального проєкту, вдаються по допомогу до численних локальних, національних, регіональних, міжнародних фондів, програм, зокрема Європейського фонду спільного виробництва і дистрибуції – Eurimages (про який ішлося вище), а ще намагаються скористатися можливостями підтримки багатобічного об'єднаного фільмовиробництва Європейською конвенцією про спільне кінематографічне виробництво – єдиної міжнародної угоди, що регламентує копродукцію. Дія цієї угоди поширюється на всі держави Європи, зокрема й Україну (проте статус копродукції фільм набуває за умови співпраці щонайменше трьох країн-підписанток Конвенції), при цьому відповідно до визначення, вказаного в Статті 3, кінематографічним твором «вважають твір будь-якої тривалості чи твір на будь-якому носії, зокрема художні кінематографічні твори, мультиплікаційні та документальні фільми, який відповідає положенням, що регулюють кіновиробництво і є чинними на території кожної з відповідних Сторін, та призначений для демонстрування в кінотеатрах». Коли ж ідеться про підтримку копродукції з боку вказаної Конвенції, слід враховувати, що відповідно до Статті 4 «європейські кінематографічні твори, котрі створено як продукти багатостороннього виробництва і які підпадають під сферу застосування цієї Конвенції, мають пільги, надані національним фільмам законодавчими та регулятивними положеннями, чинними на території кожної зі Сторін цієї Конвенції, які брали участь у відповідному спільному виробництві» [1]. Це означає, що основною перевагою участі країн у вказаній Конвенції є надання проєктам спільного виробництва статусу «національного» в країнах співпродюсування, що дає змогу претендувати на гранти центрів кіно та локальних і регіональних фондів тощо.

Згідно зі Статтею 6 при багатосторонньому виробництві копродукту «мінімальний внесок не може бути меншим за 10%, а максимальний не може перевищувати 70% загальної собівартості кінематографічного твору». При цьому якщо мінімальний внесок становить менше 20%, то відповідна Сторона може вжити заходів, щоб

обмежити або заборонити доступ до національних програм підтримки виробництва [1]. Прикметно, що до міжнародного кінопроєкту можуть бути залучені продюсери навіть з тих країн, з котрими не було підписано вказану вище Конвенцію, тоді як їх внесок до бюджету стрічки не повинен становити більше 30% затрат на виробництво.

Українським кіновиробникам, задіяним у виробництві копродукції, слід також враховувати той факт, що відповідно до Статті 15 Європейської конвенції про спільне кінематографічне виробництво, «якщо співвиробники не вирішать інакше, то на міжнародних фестивалях кінематографічні твори спільного виробництва демонструє Сторона, на території якої розташований співвиробник з найбільшою участю, або якщо фінансова участь однакова, Сторона, яка надала режисера-постановника» [1].

Своєю чергою Угода про культурне, науково-технічне співробітництво між Урядом України та Урядом Французької Республіки (підписана ще 1995 року) також надає підтримку українським продюсерам у продукуванні міжнародних проєктів, де відповідно до Статті 7 існує домовленість про «зміцнення співробітництва в галузі кінематографії, зокрема шляхом проведення зустрічей між спеціалістами та митцями двох держав, заходів у галузі кіно, таких як фестивалі або ретроспективи, а також шляхом спільних кінопостановок і підготовки кадрів» [5].

При цьому дія положень Угоди 2019 року «Про спільне виробництво аудіовізуальних творів між Кабінетом Міністрів України та Урядом Канади» (де відповідно до Статті 1 «аудіовізуальним твором» вважають «фільм, телевізійний, та / або відеотвір на будь-якому наявному носієві або тому, що буде створено, для будь-якої платформи дистрибуції та призначений для перегляду» [6]) може забезпечити продюсерам передумови для створення спільних українсько-канадських аудіовізуальних творів, «розширити можливості просування українських креативних індустрій, зокрема аудіовізуальних творів, шляхом постійного обміну та міжкультурного діалогу між країнами, участі українських виробників аудіовізуальних творів у міжнародних кінопроєктах, а також популяризації українського мистецтва за кордоном» і, полегшивши процес міжнародної співпраці, дасть можливість українським кінопідприємцям створювати фільми в офіційній копродукції [5]. Проте слід врахувати й той факт, що в разі підписання країнами такої двосторонньої угоди (як-то Україна – Франція, Україна – Канада), а також ратифікації Європейської конвенції про спільне кінематографічне виробництво, у співпраці над копродукцією продюсери мають спиратися на статті вказаної Конвенції, а не Угоди із Францією та Канадою.

Щодо місця української копродукції в зміцненні міжкультурних відносин шляхом міжнародної дистрибуції варто вказати, що в проміжку 2010–2015 роки близько 39,5% усіх копродукційних проєктів, знятих за участі європейських кінопартнерів, «спершу опинились у прокаті тих країнах, котрі або не були задіяні в спільному кіновиробництві, або таких, що не є членами Європейського Союзу. Так, наприклад, більше 50% кінопродукції, створеної в «партнерстві з німецькими продюсерами, вийшло в прокат за межами ЄС раніше, ніж у самій Німеччині» [8]. Тож українським продюсерам, задіяним у копродукції, слід прагнути до такого успіху (і в глядачів, і в критиків), котрий здобув, приміром, міжнародний проєкт Швеції, Данії, Німеччини та Норвегії (де було задіяно цілу низку компаній-виробників Danmarks Radio (DR), Det Danske Filminstitut, Film i Väst, Filmpool Stockholm Mälardalen, Nordisk Film & TV-Fond, Sveriges Television (SVT), Swedish Film Institute, TV2, Norge, Yellow Bird Films, ZDF Enterprises) – детективний авторський трилер «Дівчина з татуюванням дракона» (режисер Нільс Арден Оплев). Він здобув нагороду Британської академії телебачення та кіномистецтва BAFTA як найкраща неангломовна стрічка, престижні британські відзнаки Empire Awards («Імперія») найкращому трилеру та виконавиці, офіційні національні кінонагороди Швеції Guldbaggen («Золотий жук») – найкращому фільму (продюсерові Сьорену Стермозе), виконавиці (Нумі Рапас), приз глядацьких симпатій (режисерові), премію Міжнародної академії преси Satellite Awards («Супутник») найкращим актрисі та фільмові іноземною мовою, премію «Акторський прорив» онлайн-критиків Нью-Йорка (New York Film Critics Online Award – NYFCO), винагороду Houston Film Critics Society (Товариства кінокритиків Х'юстона) за найкращу іноземну картину, приз глядацьких симпатій МКФ у Каліфорнії Palm Springs International Film Festival – PSIFF.

Прикметно, що тріумф європейської копродукції (з кошторисом 13 млн доларів і бокс-офісом 104 млн доларів) підштовхнув продюсерів до фільмування «однойменної американської» кіноверсії (що також стала спільним проєктом США, Швеції,

Великобританії, Німеччини) роману «Чоловіки, які ненавидять жінок» шведського літератора й журналіста Стінґа Ларссона, що при бюджеті 90 млн доларів здобула шалений успіх й у європейських глядачів, зібравши в прокаті 160 млн доларів.

Не менш успішними можна назвати й інші, створені в копродукції фільми, що увінчані численними нагородами, здобули широке міжнародне визнання і можуть слугувати взірцем інтернаціональної співпраці, серед них: «Тоні Ердманн» режисерки Марен Аде (копродукція, з бюджетом 3 млн євро та зборами 18,8 млн доларів, компаній, інституцій і міжнародних програм Німеччини, Австрії, Монако, Румунії, Франції, Швейцарії (Komplizen Film, Coop 99 Filmproduktion, KNM, Missing Link Films, Monkey Boy, HiFilm, Südwestrundfunk, Westdeutscher Rundfunk, ARTE, Eurimages, Österreichisches Filminstitut); «Транзит» у режисурі Крістіана Петцольда (спільний проєкт Німеччини та Франції, екранізація однойменного автобіографічного роману Анни Зегерс); авторська чорно-біла драма «Три дні з Ромі Шнайдер» або «Три дні в Кіберої» режисерки Емілі Атеф (продукт міжнародної співпраці Німеччини, Австрії, Франції, переможець, прем'єра якого відбулась на 68-му МКФ у Берліні, у семи номінаціях найвищої національної нагороди Німецької кіноакадемії German Film Awards, володар Європейського кінопризу (Europäischer Filmpreis) кращому композиторові – Крістоф Кайзер, Джуліан Маас) у дистрибуції компанії Arthouse Traffic й ін. [8].

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що, послугувавшись при вивченні проблеми авторської режисерської творчості у контексті сприяння міжнародних програм, фондів, угод, у роботі було використано наукову методологію культурологічного підходу та сформовано методологічну модель творчо-виробничого потенціалу міжнародної співпраці в галузі фільмотворення та дистрибуції, реалізованого засобами авторського кіно як культурологічної інформації художнього тексту. Крім того, у контексті наших розмислів щодо фінансово-економічних та художньо-мистецьких переваг копродукції для вітчизняних кіновиробників новою представлено потребу «формування європейської ідентичності в українському суспільстві та посилення співпраці з європейськими інституціями» [4] в кінематографічній галузі, що сприяли би співучасті України в підпрограмі Media проєкту ЄС Creative Europe (про що йшлося вище), а це відповідно зумовило би зміцнення «європейського аудіовізуального сектору» у відтворенні культурної ідентичності та спадщини; розширення «обігу європейських аудіовізуальних робіт усередині Євросоюзу й поза його межами; посилення «конкурентоспроможності європейського аудіовізуального сектору» шляхом надання преференцій у фінансуванні. Новим у розробці теми є наше переконання в тому, що українським виробникам (зокрема режисерам-авторам) не достатньо бути зайнятими в міжнародній копродукції з розрахунку, що вона вийде в міжнародний прокат, оскільки такі стрічки необхідно широко демонструвати й у себе на батьківщині, чому значною мірою сприяла би програма Europa Cinemas, що входить до проєкту Media Європейського Союзу. Вона популяризує «європейське кіно шляхом фінансової та матеріально-технічної підтримки тих мереж кінотеатрів, що зобов'язуються дотримуватись певної квоти демонстрації європейських фільмів», охоплюючи в 50 країнах світу близько 700 незалежних кінотеатрів. Тобто участь у такій програмі дає змогу кінотеатрам отримувати допомогу в демонстрації європейської фільмової продукції, розвитку матеріально-технічної бази, заохоченні «використання цифрових кінотехнологій». Однак в Україні, як це не прикро, із цією програмою співпрацює тільки один київський кінотеатр «Жовтень», котрому за результатами оцінки звіту й «статистичних даних з прокату французького кіно та фільмів країн ЄС за 2007–2008 роки» надали грант у розмірі 10 тисяч євро [4].

Висновки. Отже, розглянувши оптимальні й взаємовигідні можливості фільмовиробництва (як економічні, так і творчі) у контексті міжнародного співробітництва, ми доходимо висновку, що розвиток українського кінематографу за підтримки різноманітних іноземних фондів, міжнародних програм і творених методом копродукції вкотре потрапляє в замкнуте коло та впирається в проблему їх обмеженої демонстрації саме в Україні, штучного, часом не обґрунтованого гальмування руху до глядача. Невтішна доля спіткає і ту якісну українську копродукцію (й авторську зокрема), що, забезпечуючи адекватність і глибину її ідейно-смислового розуміння, здобуває численні нагороди на престижних міжнародних кінофестивалях, стає лідером прокату в країнах, котрі виступили партнерами спільного

фільмовиробництва, проте тривалий період із часу здобуття Україною незалежності, попри переживання суспільством національно-культурного відродженням, не отримує ані належної державної, ані міжнародної підтримки в її демонстрації в передовсім вітчизняних кінотеатрах і просуванні в поруйнованій задовго до воєнного лихоліття кіномережі України.

Література

1. Європейська Конвенція про спільне кінематографічне виробництво. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_136 (дата звернення: 23.07.2020).

2. Закусило М. Що таке «Креативна Європа» та до чого тут Закон про аудіовізуальні послуги? URL: https:// detector.media/ production/ article/ 130289/2017-09-25-shcho-take-kreativna-evropa-ta-do-chogo-tut-zakon-pro-audiovizualni-poslugi/ (дата звернення: 24.07.2022).

3. Першко О. Копродукція з Україною. URL: https://kino-teatr.ua/uk/ news/ koproduktsiya-s-ukrainoy-10644.phtml (дата звернення: 25.07. 2022) .

4. Слєпак С. В. Шляхи інтеграції України у світовий та європейський кінематографічний простір. URL: file:///C:/Users/ 0C18~1/AppData/ Local/Temp/Tpdu_2014_3_39.pdf (дата звернення: 26.07.2022).

5. Угода про культурне, науково-технічне співробітництво між Урядом України та Урядом Французької Республіки. URL: https://zakon.rada.gov. ua/ laws/ show/250_056#Text (дата звернення: 27.07.2022).

6. Угода про спільне виробництво аудіовізуальних творів між Кабінетом Міністрів України та Урядом Канади. URL: https://ips. ligazakon. net/ document/ MU19081(дата звернення: 28.07.2022).

7. Україна зніматиме кіно спільно з Канадою. URL: https:// uatv.ua/ ukrayina-znimatyme-kino-spilno-z-kanadoyu/ (дата звернення: 29.07.2022).

8. KMW CoProduction Meetings. URL: http://kmwcoproduction.com/ (дата звернення: 30.07.2022).

References

1. European Convention on Joint Cinematographic Production. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_136 [in Ukrainian].

2. Zakusylo, M. What is "Creative Europe" and what does the Law on Audiovisual Services have to do with it? Retrieved from: https:// detector.media/ production/article/130289/2017-09-25-shcho-take-kreativna-evropa-ta-do-chogo-tut-zakon-pro-audiovizualni-poslugi/ [in Ukrainian].

3. Pershko, O. Co-production with Ukraine. Retrieved from: https://kino-teatr.ua/uk/news/ koproduktsiya-s-ukrainoy-10644.phtml [in Ukrainian].

4. Sliepak, S. V. Ways of Ukraine's integration into the world and European cinematographic space. Retrieved from: file:///C:/Users/0C18~1/AppData/Local/Temp/ Tpdu_2014_3_39.pdf [in Ukrainian].

5. Agreement on cultural, scientific and technical cooperation between the Government of Ukraine and the Government of the French Republic. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 250_056#Text [in Ukrainian].

6. Agreement on joint production of audiovisual works between the Cabinet of Ministers of Ukraine and the Government of Canada. Retrieved from: https://ips.ligazakon.net/document/MU19081 [in Ukrainian].

7. Ukraine will shoot a movie together with Canada. Retrieved from: https://uatv.ua/ukrayina-znimatyme-kino-spilno-z-kanadoyu/ [in Ukrainian].

8. KMW CoProduction Meetings. Retrieved from: http://kmwcoproduction.com/ [in English]

Стаття надійшла до редакції 30.09.2022
Отримано після доопрацювання 01.11.2022
Прийнято до друку 08.11.2022

УДК 1(091):11
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270537

Цитування:
Сіверс В. А., Бугайова О. І. Праця Мартіна Гайдеггера «Джерело художнього творіння» як методологія розуміння творчості. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 16–23.

Sivers V., Buhaiova O. (2022). Martin Heidegger's Work «The Origin of the Work of Art» as Methodology for Understanding Creativity. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 16–23 [in Ukrainian].

Сіверс Валерій Анатолійович,
доктор філософських наук, професор,
професор кафедри культурології
та міжкультурних комунікацій
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-5291-2381
siversval@ukr.net

Бугайова Оксана Іванівна,
доцент кафедри культурології
та міжкультурних комунікацій
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-2084-3457
obugayova@nakkkim.edu.ua

ПРАЦЯ МАРТІНА ГАЙДЕГГЕРА «ДЖЕРЕЛО ХУДОЖНЬОГО ТВОРІННЯ» ЯК МЕТОДОЛОГІЯ РОЗУМІННЯ ТВОРЧОСТІ

Метою статті є понятійно логізувати процесуальність акту творення на основі аналізу праці М. Гайдеггера «Джерело художнього творіння». **Методологія дослідження** насамперед базувалася на методі, який є авторською пропозицією В. Сіверса, – футурологічному, або ціннісно-футурологічному. На відміну від усталених історичного, порівняльного, аксіологічного й феноменологічного методів, він єдино дієвий у контексті такого дослідження, оскільки базується на ідеї координатного підходу до сприйняття реальності та одночасного руху людини в ній, і, як випливає із самої назви, сам по собі є напрямом і критерієм руху в ньому. **Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що в ньому на основі праці німецького філософа акт творення поділено на два етапи: бачення істини в колі «ніщо» та умоглядна етапність набуття на основі акту творення його результатом статусу речовості. Запропоновано тлумачення однієї з найдавніших проблем філософії – проблеми «кваліа», а також представлено новий підхід до розуміння категорії «екзистенціал». **Висновки.** Ознаки речі, виділені в тексті Гайдеггера, є станом такої фіксації множини означених кроків, який свідчить про утворення умов творчості. На відміну від творіння, умови творчості слід розуміти й розглядати як результат поступового накопичення безпідставного множення творінь, що в процесі своєї взаємодії спричиняють історичний рух у послідовності двох протиставлених у єдності складових – природної та соціальної. Кордоном і єднальною ланкою між ними слугує поняття психічного, а полем відображення, що утворює історичні форми організації людської психічної і матеріальної діяльності, є екзистенціал, або ціннісне переживання.

Ключові слова: творчість, творення, творіння, методологія, категорія «ніщо», Спостерігач, істина, суще, речовість, схоплена дія, кваліа, екзистенціал.

Sivers Valeriy, *Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Department of Cultural Studies and Intercultural Communications, National Academy of Culture and Arts Management;* ***Buhaiova Oksana,*** *Associate Professor, Department of Cultural Studies and Intercultural Communications, National Academy of Culture and Arts Management*

Martin Heidegger's Work «The Origin of the Work of Art» as Methodology for Understanding Creativity

The purpose of the article is to conceptually logicalise the procedurality of the creation act based on the analysis of M. Heidegger's work«The Origin of the Work of Art». **The research methodology** has primarily been based on the futurological or value-futurological method, which is the author's proposal of V. Sievers. It is only effective in the context of our research, unlike established historical, comparative, axiological, and phenomenological methods, since it is based on the idea of a coordinated approach to the perception of reality and the simultaneous movement of a person in it. Moreover, as follows from the very name, it is itself a direction and a criterion of movement in it. **The scientific novelty** of the study is that based on the analysis of M. Heidegger's work «The Origin of the Work of Art», the act of creation is divided into two stages: the vision of truth in the circle of «nothing» and the hypothetical phasing of acquisition based on the act of creation as a result of the status of a thing. An interpretation of one of the oldest problems in philosophy – the problem of «qualia» – is offered, and a new approach to understanding the category «existential» is also presented.

© Сіверс В. А., 2022
© Бугайова О. І., 2022

Conclusions. The signs of a thing highlighted in Heidegger's text are a state of such fixation of a set of defined steps, which indicates the formation of creative conditions. In contrast to creation, the conditions of creativity should be understood and considered as the result of the gradual accumulation of groundless multiplication of creations that in the process of their interaction cause a historical movement in the sequence of two opposing components in unity: natural and social. The concept of mental serves as a boundary and a connecting link between them. In addition, existential or valuable experience is a field of reflection that forms historical forms of human mental and material activity organisation.

Key words: art, creation,methodology, category «nothing», Observer, truth, entity, substance, captured action, qualia, existential.

Актуальність теми дослідження. Проблема творчості, закономірностей та витоків її здійснення ніколи не буде втрачати своєї актуальності, оскільки сама творчість, власне як і кожний динамічний процес, є суперечністю; а спроба зрозуміти суперечність як чисте творення сама по собі не тільки постає як захоплива гносеологічна мета, але й вимагає певної дослідницької рішучості навіть у її постановці. Водночас таку рішучість не можна порівняти з приреченістю кроку останньої надії, що виникає в гравця в казино, який поставив на карту останню фішку, чи відвагою воїна, який має або прорвати вороже оточення, або загинути. Ідеться про неквапливий вивірений погляд на умовного суперника, який теж нікуди не поспішає і нічого не дарує. У такій ситуації в дослідника не було б шансів виграти, якби він не мав одного, але незнищенного козиря: науковець може свідомо змінювати власні правила гри й починати її заново. У цьому актуальність обраної теми, що може щоразу звучати цікаво й по-новому, а також хоча й тимчасове, але наразі в очах дослідника ймовірне вирішення поставленої проблеми, бо вона підлягає давньому правилу: кожне правильно поставлене запитання містить у собі відповідь. Як окреслити проблему творчості, щоб вона, хоча б позірно, створювала враження правильно поставленої? У такому контексті пропонуємо це зробити так: які мінімальні, згідно з лезом Оккама, припущення потрібно зробити, щоб встановити переконливий для самого суб'єкта зв'язок опису процесів творчості з її результатом? Відповідь, яка власне й претендує на постановку проблеми, у такому запитанні: чи можна процес творення передати в процесі дослідження творчості, зокрема пізнавальної, якщо цей процес дослідження є вторинним щодо самого творення? Адже звернімо увагу, що в праці Гайдеггера, яка є предметом нашого аналізу, ідеться про творення (навіть творіння), а в назві цієї статті – про творчість; тобто про появу нового, а не маніпуляції з уже наявним. Тож сутність проблеми, яку не можна за усталеними правилами розгляду винести в назву і, головне, зробити предметом розгляду, не усунувши саму суперечність як рушій дискурсу в знекровленому вигляді, звучить так: як описати процес творення засобами мови та застосувати при цьому її можливості в методології розуміння творчості. Адже зрозуміти творення (а насправді твориння) означає фактично повторити його.

Аналіз досліджень і публікацій. Творчість є одною з головних цінностей людини, феноменом її духовно-соціального буття. Антропологічні виміри творчості розглядали Т. Руденко й О. Потіщук. Дослідники представили творчість як найвищу сходинку самореалізації людини, окреслили соціально-історичні умови, що сприяють розвитку творчого потенціалу особистості [6]. І. Савицька та Я. Матвієнко встановили взаємозв'язок між поняттями «творчість» і «свобода» людини, проаналізували феномен творчості як можливість самореалізації особистості та спосіб здобуття нею свободи [7, 39]. Б. Новіков представив філософське вчення про творчість як діалектику руху, дорозвинену до діалектики діяльності. Його концепція творчості спирається на такі визначення, як «форма» діяльності, «характер» діяльності та «зміст» діяльності, а філософія постає як філософія творчості [5, 108]. Гайдеггерівську теорію аналізував Г.-Г. Гадамер, який визначив основні принципи феноменолого-екзистенційної позиції філософа. Вона стала предметом вивчення науковців О. Алексієнко, Б. Братка, О. Бурової, О. Воєводіна, С. Кривошеї, О. Лановенка, Л. Левчук, В. Мазепи та ін. Проте в контексті визначення методології розуміння творчості, зокрема понятійної логізації процесу акту творення, працю німецького філософа ще не розглядали.

Мета дослідження – понятійно логізувати процесуальність акту творення на основі аналізу праці М. Гайдеггера «Джерело художнього творіння».

Виклад основного матеріалу. Сама по собі проблема творчості не осяжна, тому стан розробки проблеми в загальній постановці неможливо висвітлити наведенням певної кількості фрагментарних згадувань про зміст використаних понять, як не можна вирішити

проблему обчислення квадратури кола збільшенням кількості сторін багатокутника, який вписаний у це коло. Водночас для входу в неї змалюємо декількома словами напрями розвитку подальшого авторського дискурсу. Наразі їх варто назвати позначками, які за відповідних зусиль можна вивести на рівень понять чи то навіть категорій, якщо не надавати цим словам занадто фундаментального значення, а розглядати як елементи ціннісно-футурологічного методу в його застосуванні.

Спочатку – категорія «ніщо». Перше, що спадає на думку, це «Буття і ніщо. Досвід феноменологічної онтології» Ж. П. Сартра (L'Être et le néant: Essai d'ontologie phénoménologique, 1943). У роботі ж Гайдеггера, що є темою статті, «ніщо» розглянуто як продуктивну творчу силу, хоча таке спрощення викривлює весь філософський пафос Гайдеггера. Водночас він потрібен, щоб не бути ототожненим з послідовним розвитком думки Сартра, за однією з інтерпретацій якої «ніщо привносить у світ лише людина, її свідомість, а тому є власне людське Ніщо» [3, 29].

Далі – Спостерігач. Оскільки ціннісно-футурологічний метод, який ми пропонуємо, базується на ідеї координатного підходу до сприйняття реальності та одночасного руху людини в ній і, як випливає із самої назви, є сам по собі є напрямом і критерієм руху в ньому, то посилання на попередні тлумачення фігури Спостерігача можуть тільки дезорієнтувати свідомість, а вони, як чітка артикуляція Спостерігача в постаті Іншого, тягнуться від Г. Гегеля до С. Жижека та з великою кількістю інтелектуальних метастазів пронизують концепти інших мислителів XX–XXI століть. І хоча їх досить багато, вони, як данина традиції, потрібні, бо так залишають надію на хоч якусь ілюзію спадковості думки, тяглості пізнавальної традиції, що є достатнім аргументом на користь її збереження. Щодо самої фігури Спостерігача варто згадати концепцію лауреата Нобелівської премії американського фізика Юджина Вігнера (Eugene Wigner), який ще 1961 року запропонував мисленнєвий експеримент, за умовами якого фотон, що існує у двох станах одночасно (суперпозиція), з погляду самого Вігнера, буде знаходитись в іншій реальності з погляду умовного друга Вігнера, який у сусідній кімнаті отримує результати замірів іншого стану того самого фотона, що свідчить про існування іншої реальності. Фактично це транспозиція славнозвісного експерименту початку минулого століття з екраном і випромінюванням електронів, які чинили як хвиля чи як корпускулярний потік залежно від наявності Спостерігача. Але є важлива відмінність: експеримент початку століття не подвоював реальність, а проблематизував її природу, натомість описаний експеримент «Друг Вігнера», підтверджений у сучасних дослідженнях вчених Единбурзького університету Харіота-Уатта під керівництвом М. Проієтті (2018), дав змогу стверджувати про альтернативні реальності, підставою для існування яких є повідомлення Спостерігача [2]. У такий спосіб природничо-наукове обґрунтування отримує один з головних посилів статті щодо обов'язкової участі Спостерігача в процесі творення реальності, яка, маючи множинну природу, одночасно поширює наслідки цього стану множинності в царину людської суб'єктивності, отримуючи ціннісно-смислове підживлення власного існування, або, навпаки, силу його заперечення, як це випливає з умов експерименту, коли альтернативна реальність не відбувається. Таке може бути в разі відсутності повідомлення про цю реальність самому Спостерігачеві, який так перетворюється і на її творця.

Нарешті, третє – кваліа. Проблема кваліа, попри її, здається, недавню появу, водночас приховано має тривалу традицію спроб її вирішити, тому постає як одна з найгостріших для філософії. Можна сказати й так, що, оскільки сама філософія є способом інтелектуальної проблематизації буття, то проблема кваліа постає тільки її транспозицією. Сама вона максимально стисло може бути сформульована так: чи можна розглядати властивості відокремлено від наших відчуттів або від їх впливу на поведінку, або фізичних умов, що їх могли б викликати? Іншими словами, як уявити чуттєві якості самі по собі без втручання Спостерігача? Відповідно таке запитання розпорошується на низку «відблисків у призмі розуму», пов'язану з різними варіантами її бачення в змінах концептуальної постановки та представлену низкою імен: Т. Нагель, Д. Чалмерс, Д. Денет, Дж. Левін. Зокрема, наближеним до проблеми кваліа можна вважати твердження, що усвідомлення взагалі є усвідомленням стану схожості [9]. Австралійський філософ Д. Чалмерс вводить уявлення про філософську зомбі – істоту, яка не має внутрішнього світу та кваліа – переживань [8]. Поданий начерк стану розробки проблеми відрізняється від традиційного передусім тим, що відповідно до чи не ключового положення ціннісно-

футурологічного методу не поводиться з нею як з візитером, який ніяк не збагне, що його питання невипадково не вирішують у жодному кабінеті, куди його спрямовують кожного разу з новою надією, і керується не попередньо прокладеним шляхом, що достеменно відомо не привів нікуди, інакше творіння, що ознаменувало вже б про себе, заявило без зайвих преамбул, а шляхом, що торується наживо.

Виклад основного матеріалу. Праця М. Гайдеггера «Джерело художнього творіння» має принципове значення для встановлення основних напрямів дослідження проблеми творчості. Звернувши увагу на назву роботи німецького філософа, можемо помітити, що аберація стереотипного сприйняття пропонує прочитати її в останньому слові як творчість, тобто джерело художньої творчості. І тільки після занурення в текст стає зрозумілим, що йдеться про фундаментальну онтокультурну проблему, яку філософ огорнув модусом художнього. Хоча таке спрямування уваги на модус художнього є цілком виправданим, адже саме завдяки аналізу зображення селянських черевиків Ван Гога мислитель зумів спрямувати наш духовний погляд у царину сутності творіння як такого.

Водночас понятійно-смислове сприйняття роботи не нагадує нічого з тих барвистих поетичних мазків, якими досягають ефекту занурення в полотно, яке створив філософ. Праця, з осмислення тексту Гайдеггера, швидше нагадує саму пекельну селянську працю. І, якщо у випадку селянки черевики, зображені на полотні, дійсно служать їй, їх використовують, на важливості чого у філософському аспекті аналізу речі наголошує Гайдеггер, то зрозуміти, як мають бути використані філософські тексти й особливо цей з погляду такого застосування не здається можливим. Адже його практичність як виробу не стає в один ряд разом з черевиками й іншими речами, які аналізують як матеріал праці.

Чому ж це важливо? Бо вказує, як здається, на особливий характер продукту, виробу, що являє собою філософський текст і ця праця зокрема. Вона, якщо спробувати висловити враження, що не претендує на категоріальний статус і навіть не може скористатись універсальними крилами метафори, пропонує сконцентрувати всі умоглядні сили розуму й душі, щоб за скупими вказівками щодо форми та конфігурації елементів окресленого філософом простору побачити внутрішнім поглядом ніщо, небуття, з якого виникає творіння, за баченням не тільки самого феноменолога минулого століття, але й згідно з традицією значно давнішого часу – від Античності й Середньовіччя аж до сьогодення.

Творіння – це виникнення буття з небуття. Гайдеггер бачить його онтологічну царину як пустоту, що не охоплена множиною сенсів наявного в уявленні у вигляді перспективи тіні, яку з'їдає схід Сонця чи білої плями криги, яка тане на очах.

Ніщо, з якого виникає творіння, саме оточує все наявне, і тільки завдяки якомусь неймовірному, навіть не інтелектуальному, а, швидше, душевно-вольовому зусиллю при читанні цього тексту можна на мить уявити, про що йдеться. Ідеться про алетею – істину, що промайнула в просвіті буття. Чи тоді відбувається творення, чи воно вже є на момент її, алетеї явленості, це важливо, але залишиться поза рядками цього тексту. Адже занадто високе наближення, зрештою, так змінює картинку сприйняття, що робить її геть іншою.

Наприклад, у радикальному твердженні істина – це неістина. Підтвердимо цю думку словами самого філософа в його роботі: «Великою кількістю того, що існує серед сущого, не може володіти людина. І лише невелику частину з нього вона пізнає. Усе відоме залишається відомим приблизно, і будь-яке володіння – володіння нестійке... І суще ніколи не буває... нашим уявленням... Посеред сущого буттєвить відкрите місце. Це просвіт. Якщо мислити його відповідно до сущого, то він буттєвіший за все суще. Тому це не зяюча середина, оточена сущим, а, навпаки, просвітляюча середина, що оточує все суще, кружляючи навкруги сущого як ніщо, якого ми майже не відаємо» [1].

Наступний елемент, який логічно під'єднаний і самостійно побутує в означеному просторі алетеї, – акцент істини. Попередньо йшлося про ніщо, яке оточує існування. У подальшому йтиметься про істину, що тільки промайнула в цьому просвіті, як блискавка. Це теж відоме порівняння Гайдеггера з іншого тексту: «Істинна сутність будь-чого визначається істинним буттям такого собі сущого, його істиною. Але зараз ми прагнемо знайти не істину сутності, а сутність істини… Під істиною маємо на увазі сутність істинного. Ми мислимо істину, пригадуючи грецьке слово αληυεια, що означає неприхованість сущого. Але чи визначає це неприхованість сутності істини? Чи не видаємо ми просту зміну слововживання «неприхованість» замість «істина» – за позначення самої сутності справи?» Далі філософ уводить категорію, яку можна симультанно переназвати в спробі

пояснення категорією *схопленої дії* [*термін – В.С.*] – категорією «здійснення».

«Неприхованість сущого ніколи не буває якимось тільки наявним станом: неприхованість сущого є здійсненням. Неприхованість (істина) не є ні властивістю будь-якого сущого, ні властивістю суджень. У найближчому до нас огляді сущого ми бачимо свій рідний дім. Суще тут звичне та повсякденне, надійне й «бувале». І все ж крізь просвіт прозирає постійне за-творення в подвійному своєму вигляді недопущення і вдавання. Усе «бувале» у своїй глибині небувале – величезне, страшне. *Сутністю істини, тобто неприхованості, править відштовхувальна неприступність*. Така відштовхувальна неприступність не є якимось недоліком чи її вразливістю. Так було б, якби була істина суцільною неприхованістю, що залишилася від всього закритого. Якби істина могла стати такою, вона не була б сама собою. Сутності істини, тобто неприхованості, належить відштовхувальна неприступність двоякої скритності. Істина у своїй сутності є неістиною. Отже, можна стверджувати, що неприхованості як просвітленню належить неприступність відштовхувальної скритності. Однак судження «Сутність істини є неістиною» аж ніяк не означає, що істина по суті своїй є брехнею. Так само тепер уже це судження не означає того, що істина ніколи не буває сама собою, а в згоді з уявленнями діалектики завжди є і своєю протилежністю. Істина існує як вона сама, швидкість закривання неприступності відмови визначає постійне виникнення будь-якої просвітленості, а закрита неприступність удавання відміряє всякій просвітленості неослабну гостроту омани. Неприступністю названо тут те протинаправлене, що укладено в сутності істини між просвітом і приховуванням. Це протиспрямоване є протистоянням у початковій суперечці. Сутність істини є в собі самій первісною суперечкою, суперечкою за відкриту середину, куди вступає і звідки, встановлюючись у собі самому, виступає все суще. Ця відкритість вершиться серед сущого. Їй властива життєва риса, яку ми вже назвали. Відкритості належать світ і земля. Але світ – це не просто відкрита відповідність просвітленню, а земля – не просто закрита замкнутість, відповідність приховуванню. Світ – це, навпаки, просвітлення шляхів суттєвих правил, яким підпорядковане рішення. А всяке рішення ґрунтується на чомусь неосвоєному, прихованому, що вводить в оману, інакше воно не було б рішенням. А земля – це не просто закритість, а те, що розкривається, будучи самозамкненим. Світ і земля, за своєю сутністю, суперечливі й оскаржувані. І тільки так вступають вони в суперечку просвітлення та скритості [4].

Акцент цієї думки німецького філософа може бути сформульований як бачення самовідтворюваного процесу діалектичного ствердження і водночас заперечення будь-якого варіанта встановлення стабільності або рівноваги (як прагнення зовнішнього Спостерігача або Іншого, бо сам Спостерігач є завжди актуальним або черговим читачем цього тексту), яка не є можливою онтологічно, бо сама по собі становить умоглядно позначений таким способом двигун існування реальності. Тобто, якщо її позначити класичною тотожністю А=А і спробувати зобразити творчий акт як шукану дельта існування А=А, що одночасно дорівнює А+а, то вона постане ходульно-пласким, схематичним зображенням таємниці творення тільки в тому сенсі, що відбувається в онтогносеологічній шпарині минулого й тільки тому може бути в такий спосіб схоплена. Але в такому вигляді це не схоплена дія, а, швидше, здійснення в минулому часі, коли насправді у фокусі розгляду постає її проміжний і вже за визначенням застарілий результат, відштовхуватись від якого для будь-якої дослідницької мети означало б додавати множину пустотних смислів і народжувати феноменологічну масу ілюзорної, позірної реальності людського матеріального існування.

Отже, головне – з'ясувати, тобто умоглядно схопити спосіб передачі тієї самої схопленої дії в Гайдеггера, коли декілька послідовних відкидань сутнісного прояву істини в ніщо, яке насправді створює подобу (ейдолон) способу існування істини, і припустити на цій основі власне акт творення і його стабілізацію у факті певного існування, його форми. Але дотепер і назавжди в цій моментності творення, наближеності нашого умоглядного бачення до його уявного витоку творення постає як завжди неоформлене. Іншими словами, істина в момент свого творення позбавлена форми. Однак якщо творення відбувається за участі людини, про що власне йдеться, або що є припущенням, на основі екзистенціалів віри і надії, то людина у творчому полі завжди є носієм, «ретортою» цього творення. Інша річ, що свідоме подальше сприйняття його результатів є вже послідовністю творчості, здійснення та

виробництва (креації).

Наступні три акценти тексту стосуються вже саме переходу в існування, матеріальність. Його представлено в таких цитатах Гайдеггера з означеної праці: «Оскільки творіння створюється, а створення потребує матеріалу, у якому та з якого створюється творіння, усередину творіння входить і речовість. Це безсумнівно. Але все ж залишається запитання: яким чином створеність належить творінню?» [4]. Головне тут у твердженні, що всередину творіння входить речовість. Можемо вважати, що такий перехід зафіксовано цією вказівкою. Те, що довільно знехтувано запитанням Гайдеггера, яким чином створеність належить творінню, видається допоки неможливим для відповіді. Здається, що філософ міг би сам зауважити, що йдеться не про одночасність запитання і відповіді, а про фіксацію напрямів, у яких має відбуватись подальший дискурс. Адже якщо давати одночасні відповіді на всі питання, шо в ньому виникають, то це зробить неможливим сам виклад як послідовність думок. Отже, можемо задовольнитись таким: створеність належить творінню темпорально, тобто процесуально та зрештою історично. Є припущення, що саме так на це запитання ми й маємо відповісти в дискурсі філософії творчості. Але тепер важливо дослідити наслідки дії цієї темпоральності.

У цьому контексті важливим є зауваження з початкової частини тексту. Як розуміє Гайдеггер річ? Можна припустити, як базові характеристики належності створеного творінню. Адже нікому іншому річ первинно й не належить. Та й історично ця залежність не змінюється. В усякому разі це не доведено. Їх мислитель окреслює так: «Згідно з трьома наведеними способами визначення речовості, річ сприймається як носій ознак, як єдність певної множини відчуттів, як сформована речовина» [4].

Зауважимо, що для розуміння цієї єдності не суперечливим буде уявлення про неї як про кваліа в нашій ціннісній інтерпретації. Ця інтерпретація заснована на ствердженні ключового значення для появи кваліа, тобто певної якості, про яку, власне, і говорить Гайдеггер, коли розкладає речовість на означені вище елементи, взаємодію спостерігачів, тобто фактично двох суб'єктів, двох свідомостей, чинником взаємодії яких є больове переживання. У нашому тлумаченні сутність кваліа – це атомарна форма спостереження за переживанням, що відокремлене від носія вимогою використання мовою вказівки на того, хто говорить або спостерігає чи то відчуває обговорюване відчуття, тобто Спостерігача.

Якщо відкинути як історичні нашарування прояви якісного впливу реальності на людину у вигляді різноманіття форм втілення їх у дійсності, то найбільш вагомим і безпосереднім маркером взаємодії людини з реальністю є біль. Вилучення або ізоляція рецептора сприйняття болю (або червоного кольору, запаху тощо, але не зору) [1] як відповідної ділянки мозку не тільки не доводить твердження про суб'єктивний характер джерела кваліа, але означає, що якості (кваліа) не є надбанням реальності або людини як такої.

Кваліа існують у реальності тільки тоді, коли є наявними два спостерігачі: по-перше, наявність саме тієї людини, яка сприймає та відчуває, та, по-друге, спостерігача, який фіксує реакцію першого як предмета цього спостереження. У першому випадку це спостереження може збігатися зі сприйняттям, тоді кваліа існує як її феноменологічна обгортка, традиційний вигляд кваліа, що свідомість ідентифікує як образ та характеристику речі, ідею болю в образно-просторовому розташуванні свідомості людини. Якщо ж такої відповідності немає, то роль спостерігача 2 ключова. Адже він, за умовами спостереження, є елементом реальності, а не спостерігач 1. Це означає, що він або підтверджує, або спростовує попередні результати спостереження про таке кваліа власним свідченням. Але для цього в нього зазвичай є тільки рекурсивний феноменологічний досвід, подібний до досвіду спостерігача 1. Так кваліа стає засвідченим як об'єктивна характеристика реальності, але не стає такою насправді.

Весь той час, поки історично здійснювалась істина про суще, означені тлумачення ще не поєднували одне з одним. Але темпорально разом з таким їх з'єднанням посилювалось закладене в них розуміння, що вони є рівнозначно значущими відносно речі, виробу й творіння. Іншими словами, коли Гайдеггер встановлює єдність форми (сформована речовина), смислу (усвідомлена сукупність ознак) і базового переживання (певної множини відчуттів), то цим він фактично стверджує екзистенціал як перший історичний факт-подію, що супроводжує створену річ онтологічно й тим відкриває шлях до появи антропного принципу – появи Спостерігача Гайдеггера, який проник у таємницю творення.

Так з форми, смислу та переживання зростає спосіб мислення, згідно з яким ми

думаємо не про речі, вироби та творіння окремо, а про все суще взагалі. Цей спосіб мислення, такий, що вже давно став звичним, передує будь-якому безпосередньому осягненню сущого. Попереднє схоплення перебиває осмислення буття будь-якого сущого. І виходить, що панівне поняття про річ закриває нам шлях до речовості речі, до практичності, «дільності» виробу і тим більше до творчої сутності творення. Нам потрібно уникати тільки одного – поспіхом перетворювати річ і творіння в різновиди виробу.

Отже, маємо такі акценти: ніщо, просвіт істини, здійснення, схоплена дія – три елементи структури створеного та сприйняття речі, яка в будь-якому прочитанні першого сприйняття є ілюзорною. Або, скажімо по-іншому, іншою ніж вона є. Зауважимо, що очікувана кінцівка фрази «... іншою ніж вона є насправді» не можлива. Бо тепер ми можемо підозрювати, що насправді нічого не знаємо не тільки про річ, але й про належність створеного творінню. Але є ще один елемент, не названий у переліку вище, бо він не міг бути переліченим у цьому ряду. Але тепер ми про нього знаємо. Ми знаємо, що перший крок створеної речі в темпоральне існування містить у собі екзистенціал. Про нього нам повідомляє Спостерігач. У нашому випадку це був Гайдеггер, а його віддаленою опорою – читач. Уточнимо його смисл: фактично в зовнішньому вираженні, тобто для зовнішнього Спостерігача в мові відкриваються і створюються ті цінності, що змушують людину діяти; і вона ж утримує в стані проміжному – між вибухом нестримної дії і законсервованої потенції – ту позитивну результативність, що відбивається як у самому практичному результаті, так і в сукупності емоцій і почуттів, що супроводжують досягнення результату – творення.

Наведені елементи руху судження відповідно до структури усвідомлюваного створення, які вибудувані в такій системі, дають змогу нам говорити тільки про логіку цього викладу. Зауважимо, до речі, що ця логіка, попри намагання слідувати логіці Гайдеггера, від неї відрізняється. Але це тепер не є проблемою. Бо істина ніколи не подає сама себе в повноті, а може тільки промайнути. А значить, ми дійсно сприймаємо тільки її запізнілий частковий і неповний відблиск.

Прийнятним дискурсивним прийомом фіналізації цього тексту вважаємо твердження, що невизначеність щодо істини у зв'язку з проблемою творіння визначає довільність підстав для будь-якого подальшого кроку в процесі побудови будь-яких міркувань. Іншими словами, є повна свобода творення та наступного кроку від початкового «ніщо», але водночас також повна визначеність у результаті здійснення такого кроку. При цьому в наступному кроці ми маємо такі самі умови, як і в попередньому. Насправді йдеться про логіку створення безлічі моделей творіння, які мають «мінімальні» залежно від масштабу виміру відмінності одне від одного.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому на основі аналізу праці М. Гайдеггера «Джерело художнього творіння» акт творення поділено на два етапи: бачення істини в колі «ніщо» та умоглядна етапність набуття на основі акту творення його результатом статусу речовості. Запропоновано тлумачення однієї з найдавніших проблем філософії – проблеми «кваліа», а також представлено новий підхід до розуміння категорії «екзистенціал».

Висновки. На основі зазначеного вище підсумуємо: ознаки речі, які були виділені вище в розгляді тексту Гайдеггера, є станом такої фіксації множини означених кроків, який свідчить про утворення умов творчості. На відміну від творіння, умови творчості слід розуміти й розглядати як результат поступового накопичення безпідставного множення творінь, що в процесі своєї взаємодії спричиняють історичний рух у послідовності двох протиставлених у єдності складових – природної та соціальної. Кордоном і єднальною ланкою між ними слугує поняття психічного, а полем відображення, що утворює історичні форми організації людської психічної і матеріальної діяльності, є екзистенціал, або ціннісне переживання.

Література

1. Вчені розробили мозковий імплант, що усуває біль. *Кореспондент*. 01.07.2021. URL: https://ua.korrespondent.net/tech/science/4373058-vcheni-rozrobyly-mozkovyi-implant-scho-znimaie-bil (дата звернення: 25.09.2022).

2. Доведено відсутність об'єктивної реальності. *Кореспондент*. 20.11.2019. URL: https://ua.korrespondent.net/tech/science/4162686-dovedeno-vidsutnist-obiektyvnoi-realnosti (дата звернення: 25.09.2022).

3. Куцепал С. В. Феноменологічна онтологія Ж.-П. Сартра: діалектика буття та ніщо. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія.* 2004. Вип. 68. С. 28–32.

4. Мартін Хайдеґґер. Джерело художнього твору. *Autorip*. 07.03.2022. URL: https://autorip.ru/uk/

martin-haidegger-istok-hudozhestvennogo-tvoreniya-vvedenie-k/ (дата звернення: 25.09.2022).

5. Новіков Б. В. Філософія як теорія і методологія творчості. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка.* 2011. Вип. 2. С. 108–113.

6. Руденко Т. П., Потіщук О. О. Антропологічні виміри творчості як феномену духовно-соціального буття. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41981/3/Antropolohichni.pdf (дата звернення: 25.10.2022).

7. Савицька І. М., Матвієнко Я. О. Творчість як можливість самореалізації особистості та спосіб здобуття свободи. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Гуманітарні студії.* 2016. Вип. 246. С. 39–46.

8. Chalmers D. J. Fasing up to the problem of consciousness. *Journal of Consciousness Studies*. 1995. URL: https://consc.net/papers/facing.pdf (дата звернення: 25.10.2022).

9. Nagel T. What is it like to be a bat? *Philosophical Review.* 1974. URL: https://warwick.ac.uk/fac/cross_fac/iatl/study/ugmodules/humananimalstudies/lectures/32/nagel_bat.pdf (дата звернення: 25.09.2022).

References

1. Scientists have developed a brain implant that eliminates pain. (2021). Korrespondent. Retrieved from: https://ua.korrespondent.net/tech/science/4373058-vcheni-rozrobyly-mozkovyi-implant-scho-znimaie-bil [in Ukrainian].

2. The absence of objective reality has been proven. (2019). Korrespondent. Retrieved from: https://ua.korrespondent.net/tech/science/4162686-dovedeno-vidsutnist-obiektyvnoi-realnosti [in Ukrainian].

3. Kutsepal, S. V. (2004). Phenomenological ontology of Zh.-P. Sartre: the dialectic of being and nothingness. Visnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka. Filosofiia. Politolohiia, 68, 28–32 [in Ukrainian].

4. Martin Heidegger. (2022). The Origin of the Work of Art. Autorip. Retrieved from: https://autorip.ru/uk/martin-haidegger-istok-hudozhestvennogo-tvoreniya-vvedenie-k/ [in Ukrainian].

5. Novikov, B. V. (2011). Philosophy as a theory and methodology of creativity. Visnyk NTUU «KPI». Filosofiia. Psykholohiia. Pedahohika, 2, 108–113 [in Ukrainian].

6. Rudenko, T. P., Potishchuk, O. O. Anthropological dimensions of creativity as a phenomenon of spiritual and social existence. Retrieved from: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41981/3/Antropolohichni.pdf [in Ukrainian].

7. Savytska, I. M., Matvienko, Ya. O. (2016). Creativity as an opportunity for personal self-realization and a way to gain freedom. Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Humanitarni studii, 246, 39–46 [in Ukrainian].

8. Chalmers, D. J. (1995). Fasing up to the problem of consciousness. Journal of Consciousness Studies. Retrieved from: https://consc.net/papers/facing.pdf [in English].

Nagel, T. (1974). What is it like to be a bat? Philosophical Review. Retrieved from: https://warwick.ac.uk/fac/cross_fac/iatl/study/ugmodules/humananimalstudies/lectures/32/nagel_bat.pdf [in English].

Стаття надійшла до редакції 10.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 22.11.2022

УДК 7.049.2:159.942.3]:316.772.5(477)
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270538

Цитування:
Мельник М. М. Різноманітність новітніх форм сміхової культури в медійному просторі України. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 24–29.

Melnyk M.(2022). Diversity of the newest forms of laugh culture in Ukrainian media space. Kultura i suchasnist : almanakh, 2, 24–29 [in Ukrainian].

Мельник Мирослава Миколаївна,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
доцент кафедри режисури
естради та масових свят
Київського національного університету
культури і мистецтв, докторантка
https://orcid.org/0000-0002-2553-5509
mirchukmmm@gmail.com

РІЗНОМАНІТНІСТЬ НОВІТНІХ ФОРМ СМІХОВОЇ КУЛЬТУРИ В МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Мета роботи – визначити нові концептуальні задуми реалізації сучасних форм сміхової культури в медійному просторі України. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні емпіричного, праксеологічного, функціонального методів та методу моделювання, що дає змогу дослідити сучасний стан сміхової культури в медійному просторі, охарактеризувати різноманітні форми сміхової культури й узагальнити наслідки їх впливу на свідомість суспільства, визначити й структурувати характерні особливості цих форм та ефективність їх подальшої реалізації в культурно-мистецькій діяльності. **Наукова новизна** статті полягає в дослідженні новітніх форм сміхової культури як інформативних носіїв та в послідовній структуризації характерних й істотних ознак різновидів сміхової культури, їх вплив на реципієнта через інформаційний простір. **Висновки.** Агресивне вторгнення рф в Україну підкреслило вагомість сміхової культури українців, що виявляється через сатиру, сарказм, іронію та, безперечно, гумор, які є своєрідною зброєю проти окупанта та мають потужну візуальну інформативну силу. Важливо правильно сприймати гумористичні форми, адже вони здатні як викликати позитивні емоції, так і негативно впливати на маси й стати інструментом маніпуляції в суспільстві. Нині відбуваються певні метаморфози, коли народний і політичний гумор трансформуються та набувають воєнної тематики. Нинішні життєві реалії спонукають мистецькі інституції розвивати нові форми національної сміхової культури, розробляти нові концептуальні рішення її різновидів, основою яких є невичерпний гумор українців. Він є культурним щитом, тим форматом спілкування, який має могутній вплив на свідомість суспільства, завжди гостро й креативно реагує на виклики сьогодення і зумовлює особливе світосприйняття крізь призму сміхової культури.

***Ключові слова**:* сміхова культура, медіапростір, гумор, сатира, стендап, пародія, мем.

***Melnyk Myroslava**, Candidate of Art History, Associate Professor, Department of Variety and Mass Festival Directing, Kyiv National University of Culture and Arts*

Diversity of the newest forms of laugh culture in Ukrainian media space

The purpose of the articleis to define new conceptual plans of realisation of modern forms of laugh culture in the media space of Ukraine. **The methodology of the research** consists in the application of empirical, praxeological, functional, and modeling method. These methods allows studying the current state of laugh culture in the media space, to characterise various forms of laugh culture and to summarise the consequences of their influence on the consciousness of society, to define and to structure characteristic features of these forms and the effectiveness of their further realisation in cultural and artistic activity. **Scientific novelty** of the research consists in researching of the newest forms of the laugh culture as informational media and in the consistent structuring of characteristic and significant signs of the kinds of laugh culture, their influence on the recipient through the informational space. **Conclusions.** It is worth noting that the russian aggressive invasion into Ukraine has underlined the importance of the laugh culture of Ukrainians, which is manifested through satire, sarcasm, irony and, certainly, humour, which are their weapons against the invaders and have a powerful visual information force. Proper understanding of humorous forms is necessary, because they can cause both positive emotions and negative influence on the masses and become an instrument of manipulation in society as a whole. Today, there are some metamorphoses, when people's and political humor is being transformed and military topics are being developed. It is now that life realities dictate to art institutions the development of new forms of national laugh culture, new conceptual decisions of its kinds, the basis of which is the inexhaustible humor of Ukrainians. Besides, humor is a cultural shield, the format of communication, which has a powerful influence on the consciousness of society, always reacts sharply and creatively to the challenges of the present and leads to a special perception through the prism of laugh culture.

Key words: laugh culture, media space, humor, satire, standup, parody, mem.

© Мельник М. М., 2022

Актуальність теми дослідження. Наразі Україна перебуває в умовах воєнного стану. Незважаючи на трагічність ситуації, українці ніколи не втрачають почуття гумору, який є ідентифікатором нації. Під впливом воєнних реалій різноманітні форми та жанри всіх видів мистецтв набувають єдиного ідейно-тематичного спрямування, у яких розкривається патріотизм кожного українця. Такі істотні зміни в житті українців кардинально реформують культурно-мистецький простір, під час яких відбувається переосмислення концептів реалізації форм та різновидів сміхової культури. Нові вирішення, нова ідейно-тематична спрямованість, нова ідеологія в мистецьких формах, їх реалізація через інформаційні платформи, соцмережі в сучасних реаліях потребують ретельного вивчення, оскільки сміхова культура та її форми завжди є вираженням світогляду й потреб народу та незмінною складовою культурно-мистецького простору України.

Аналіз досліджень і публікацій. Сміхова культура та її різновиди постійно перебувають у полі зору науковців. Актуальність форм, діапазон жанрів, концептуальні новації, гумор як складову сміхової культури у своїх наукових працях розкривають Н. Донченко [1; 2] та В. Мойсеєнко [2]. Автори порушують питання про місце комедійного жанру в сміховій культурі українців, його особливості та різновиди, досліджують жанрові ознаки пародії. З. Коваль [3] у науковому доробку «Гумор та сатира як механізми стійкого інформаційно-психологічного впливу» акцентував на тому, що гумор та сатира – інформаційна зброя, яка в наш час завдяки інтернету й телебаченню здійснює потужний інформаційно-психологічний вплив на суспільство. Т. Крайнікова [4], доктор наук із соціальних комунікацій, досліджуючи гумористичні медіапродукти, звертала увагу на їх якість, на вміння жартувати та розуміти жарти, правильно застосовувати прийоми гумору й сатири. М. Мюллер [5] у своїй роботі «Небезпечні зображення: візуальне дослідження протиріч сучасних мультфільмів» розглядав специфіку та застосування політичної сатири, яка постійно перебуває в центрі уваги комунікативних наукових досліджень. Головну увагу він приділяв політичній карикатурі як сатиричній політичній формі та запропонував підвиди таких карикатур: традиційно політичні карикатури та «інтернетні», які широко застосовують в анімаційних фільмах. У зв'язку з динамічними трансформаційними процесами форм сміхової культури сучасності їх подальше побутування, реалізація та інноваційні прийоми потребують подальших наукових досліджень.

Мета статті – визначити нові концептуальні задуми реалізації сучасних форм сміхової культури в медійному просторі України.

Сміхова культура українців завжди виступала ідентифікатором нації та розвивалася протягом багатьох століть під впливом певних явищ, потреб, подій, політичних відносин, міжнародних зв'язків. Через форми сміхової культури можна прослідкувати певний проміжок часу, визначити культурно-історичні аспекти, адже саме сміх та гумор супроводжують етапи формування культури народу загалом. «Історія сценічного мистецтва – велика скарбниця лицедійства різноманітних видовищ, які відтворюють свій час, своє національне та естетичне багатство. Сценічне мистецтво нового тисячоліття не уповільнює свій темпоритм і стрімко рухається в пошуках і втіленні різних нових форм і жанрів, як і в попередні віки існування людства. І головне місце в цьому творчому процесі посідає комедійний жанр, з усіма його різновидами та особливостями» [2, 110].

Сміхова культура, яка має народний характер, з упровадженням інноваційних технологій та їх удосконаленням, стрімко увійшла в сценічний і медіапростір. Нині складний період у житті країни спричинений військовою агресією росії проти України. В умовах сучасних викликів відбуваються переломні моменти й у творчій сфері розвитку культури та мистецтва. Саме шоу-бізнес завжди гостро реагує на актуальні та злободенні події в житті країни, що спонукає до значного розширення жанрового спектру. Домінантою жанрових закономірностей, що притаманні мистецьким формам, завжди був гумор, який є основною складовою сміхової культури українців та ототожнювався з комічним.

Сміхова культура українців завжди вирізнялась особливим гумором, особливою манерою жартівливо висвітлювати всі недоліки суспільства та надавати їм моральну оцінку. «Гумор як складова психологічного феномену сміхової культури наділяє людину властивостями до комічно-іронічної оцінки світосприйняття. <…> Сценічне мистецтво третього тисячоліття не сповільнює свій темпоритм і стрімко рухається в пошуках і втіленні різних нових форм і жанрів, як і в минулі часи існування людства. Й основним

елементом у цьому творчому процесі є комедійний жанр з усіма його різновидами та особливостями. Треба зазначити, що режисери сучасних видовищно-розважальних шоу, вистав, концертів вітчизняного сценічного мистецтва у своїй творчій діяльності звертаються до традиційних жанрів комедії та новітніх її гумористичних різновидів» [1, 337].

Варто зауважити, що вітчизняна культурно-мистецька діяльність наповнена різноманітними гумористичними формами, які першочергово мають рекреаційну функцію. Проте значення гумору в контексті сміхової культури під впливом подій проходить певні періоди переосмислення традиційних цінностей, що задовольняє потреби суспільства та має безперечний вплив на вітчизняну культуру. Саме через гумор висвітлюється певний проміжок часу, саме через гумористичне висміювання тих чи інших ситуацій, явищ, подій, процесів виникають нові форми сміхової культури, що значно впливають на формування соціальних та культурних цінностей суспільства.

Зі здобуттям Україною незалежності починається новітній етап формування сміхової культури. У результаті міжнародного культурного співробітництва виникають нові сценічні форми, які швидко набувають популярності в середовищі українців. Однією з таких форм є стендап. Гумористичні твори від першої особи, передусім зорієнтовані на висміювання певних ситуацій, які знайомі публіці та спрямовані викликати сміх у реципієнтів. Тексти таких стендапів вирізняються колоритним українським гумором і комізмом. Усе більшої популярності набувають стендапи на військову тематику. Зокрема, варто звернути увагу на репертуар студії «95 квартал», «Байрактар News». Звичайно, їхні виступи набули телеформату, проте учасники студії активно висміюють противника. В програмах через такі жанри й форми, як стендап, сценки, казки у віршованій формі, пародії розкривається недолугість рашистів та їх керівників.

Досить популярним є жанр пародії, «<…> без якої не відбувається жодне видовищно-розважальне естрадне шоу. Жанровою ознакою пародії на естраді є зображення відомої персони – політика, громадського діяча, артиста, улюбленого героя художнього твору тощо. Завдання пародії полягає в карикатурному перебільшенні обраного персонажа з частковим зображенням зовнішніх ознак пізнання його персони» [2, 111]. Так, наприклад, виникають її різновиди: політична пародія, соціальна пародія, побутова пародія. В основі таких різновидів простежуємо елементи сарказму, сатири, іронії, іноді навіть самоіронії. Тобто відбувається переосмислення буття через призму комічного.

Особливо актуальною в телевізійних розважальних проєктах, ток-шоу, естрадних театрах нині стає політична пародія як карикатурне сатиричне зображення дійсності. «Чи зі сміхом, чи ні, політична сатира перебуває, безперечно, в центрі уваги комунікативних наукових досліджень. Основними об'єктами дослідження є новинна сатира (також Fake News), журнальна сатира та сатиричні формати виключно в інтернеті, а також трансляції на телебаченні. Однією з найпоширеніших та найвідоміших сатиричних політичних форм є політичні карикатури, які традиційно публікують у засобах масової інформації, однак сьогодні такі карикатури поділяють на традиційно політичні карикатури та «інтернетні» і все частіше зустрічаються на сайтах, які не стосуються лише політичних питань» [5]. Сьогодні засоби масової інформації стають репрезентативними чинниками висміювання певних подій через різноманітні форми мистецтва.

Військове вторгнення та посягання росії на територіальну цілісність України активізувало іронічне ставлення народу до сьогоднішніх реалій, що, безперечно, є ідентифікатором українського менталітету. «У соціальних мережах кожна більш-менш помітна політична перипетія стає темою для фотожаб, анекдотів. Це той нестримний народний сміх, який бере початок ще від листа запорозьких козаків турецькому султанові» [4]. Особливим гумором позначені майже всі жанри мистецтва естради: розмовний, вокальний, хореографічний, оригінальний тощо. Доволі популярними в соцмережах стають меми, карикатури, анекдоти, відеоролики, анімаційні персонажі та мультсеріали, інсталяції тощо.

Сучасними платформами для поширення мемів, жартівливих пісень та відеокартинок є тикток, ютуб, інстаграм, твіттер, телеграм та інші затребувані соцмережі, адже сьогодні тільки за допомогою інформаційного фронту можна донести правдиву інформацію до світу. «Одночасно із цим багатомільйонні «інтернет-війська» наповнюють соцмережі гумористичними картинками – мемами. У них висміюється, як українські бойові гуси атакують кремль, а російські солдати крадуть пральні машинки та унітази в українців» [6].

Сьогодні меми – досить поширена художня гумористична форма, яка манерою виконання та змістом подібна до шаржу. Однак шарж вирізняється доброзичливим ставленням, на відміну від мему, в основі якого – сарказм, гостра сатира та висміювання. В мемах чітко прослідковуються життєві переконання, позиції, погляди, настрої суспільства, що становлять національну систему цінностей. У будь-якому мемі закладена конкретна історія, ситуація, подія, що розкривається здебільшого за допомогою гумористичних картинок. Така візуалізація інформації формує особливу видову групу сміхової культури українців у культурно-мистецькому просторі. Вирізняючись особливим гумором, сьогодні меми набули широкої популярності в медіа- та інтернет-просторі.

Меми в сучасних реаліях набувають глобального поширення та певної трансформації. Мемами стають не тільки жартівливі картинки, а й актуальні безглузді вислови, фрази, такі як «Мы своих не бросаем», «Можем повторить» та ін. Меми набувають не тільки візуального, а й вербального способу поширення. Фрази-меми виникають як образно-асоцітивне художнє вирішення, що викликає предметне сприйняття та відповідну реакцію суспільства.

Проте варто пам'ятати, що будь-який мем здатен когнітивно впливати на свідомість людей. Негативна інформація, закладена в мемі, стає потужним маніпулятивним інструментом у суспільстві. Тому важливим є правильне розуміння мему, особливо в сучасних воєнних реаліях, коли переважає інтернет-комунікація. Безперечно, ефект комізму, закладений у мемі, емоційно впливає на реципієнта, тому така гумористична репрезентація ідеї повинна бути переконливою та згуртовувати маси для вираження твердої позиції суспільства. «Окрім користі для інформаційної війни, гумор також сприяє об'єднанню людей. Якщо є культурний мем, зрозумілий конкретній спільноті, він її згуртовує. А консолідація – одна з головних умов перемоги українців» [7].

Гумор завжди виникає на протиставленні певних позицій, у неоднозначності сприйняття та розуміння подій і ситуацій. Влучні жарти демонструють уміння людини вдало аналізувати й сприймати життєві реалії та стають своєрідною інформаційною зброєю. Тобто інформаційний простір веде активну боротьбу засобами мистецтва. Вміння вдало жартувати свідчить про мистецький код нації, який зараз вписується в новітню історію нашої національно-визвольної боротьби за незалежність України. «У гумористичних медіапродуктах нині потрібно більше фактів та аргументів – не голослівних кепкувань, а спонукання через споглядання смішного й ницого замислитися над реаліями і ймовірними наслідками. Якісні медіапродукти, власне сатиричного плану чи базовані на прийомах гумору й сатири, нині дуже перспективні. Їхні необхідні параметри – зануреність у потік життя, вміння бачити абсурдне й негідне, аргументовано й чітко вказувати на нього як громадянам, так і відповідальним за ці реалії на всіх владних рівнях» [4].

В Україні під час війни з рф вдало висміює окупантів і сфера кінематографу. Анімаційні серіали, відеоролики українських артистів, акторів, діячів шоу-бізнесу, які об'єднані спільною метою інформаційної зброї проти ворога, підіймають бойовий дух українців. Досить вдалим став серіал «Чорнобаївка», у якому за містичних обставин одну за одною українські захисники знищують ворожу техніку.

Тому саме зараз формується один із напрямів сміхової культури крізь призму воєнних подій і випробувань. Так, комедійно-жартівливі елементи танцю, які демонструють на передовій захисники України в часи мимовільного перепочинку, характеризують в іронічно-саркастичній формі народження своєрідних різновидів національної сміхової культури.

Новаційними сучасними видами, які урізноманітнюють різножанровий спектр гумористичних повідомлень, стають також технічні відеозаписи. Українські артисти змінюють звичні концерт-холи на галявини, станції метро, лікарні, госпіталі, музеї, руїни будівель тощо. Такий формат прояву сміхової культури набуває у візуально-жанровому розмаїтті нових реалій світосприйняття.

Проте варто зауважити, що іноді гумористичні форми стають джерелами дезінформації. Безліч фейків, які запускають у міжнародний медіапростір хакери окупанта, можуть дезорієнтувати міжнародну спільноту в підтримці України. Тому потрібно чітко відбирати й аналізувати подачу гумористичних форм, які є інформативними носіями на мистецьких платформах.

На тлі поширення дезінформації українські митці, польська культурна спільнота Art Transparent та асоціація Вірменії Audiovisual Reporters вирішили об'єднатися і створити «міжнародний мистецький проєкт ARTIFAKE. Нестандартні та креативні

інструменти вуличного мистецтва стали на захист інфопростору. 48 митців узяли участь в онлайн-резиденції, де за допомогою експертів відкривали для себе проблему фейків та методів боротьби з ними. Креатори набули нових знань, збагативши власне художнє світосприйняття. Після цього вони запропонували ескізи артоб'єктів, які за допомогою візуального мистецтва розкриють тему дезінформації» [8]. Так національне мистецтво в боротьбі з окупантом виходить на міжнародний простір.

Наукова новизна статті полягає в дослідженні новітніх форм сміхової культури як інформативних носіїв, у послідовній структуризації характерних й істотних ознак різновидів сміхової культури, виявленні їх впливу на реципієнта через інформаційний простір.

Висновки. Звичайно, неможливо в повному обсязі проаналізувати всі гумористичні сатиричні форми, жанри, які сьогодні популярні в інформаційному просторі. Кожна форма та жанр потребують індивідуального наукового аналізу, оскільки мають свою, притаманну тільки цій формі та жанру специфіку втілення актуальної тематики, спосіб подачі, стиль, власні закони практичної реалізації.

Варто зазначити, що агресивне вторгнення рф в Україну підкреслило вагомість сміхової культури українців, яка виявляється через сатиру, сарказм, іронію та гумор. Це своєрідна зброя проти окупанта, яка має величезну візуальну інформативну силу. Необхідним є правильне розуміння гумористичних форм, адже вони здатні викликати як позитивні емоції, так і негативно впливати на маси та стати інструментом маніпуляцій у суспільстві загалом. Нині відбуваються певні метаморфози, коли народний і політичний гумор трансформується та набуває військового спрямування. «Гумор та сатира були і є перевіреними засобами в боротьбі будь-якого народу за свою незалежність, самоідентифікацію, справедливість та суспільну мораль. Головне, щоб вони належали своєму народу, а не чужому, котрий буде їх використовувати для приниження свого конкурента. Гумор та сатира можуть бути як суто народними, так і літературними, публіцистичними та сценічними. У наш час завдяки інтернету й телебаченню гумор і сатира перекочували на сцену, де з політичних позицій беруть участь у політичних розбірках, здійснюючи свій потужний інформаційно-психологічний вплив на мільйони глядачів» [3, 46]. Споконвічне почуття гумору української нації в будь-яких історичних періодах завжди допомагає підіймати бойовий дух та вселяти впевненість у перемозі.

Саме зараз життєві реалії диктують мистецьким інституціям розвиток нових форм національної сміхової культури, нових концептуальних рішень її різновидів, основою яких є невичерпний гумор українців, що є культурним щитом, тим форматом спілкування, який має могутній вплив на свідомість суспільства, завжди гостро й креативно реагує на виклики сьогодення та зумовлює особливе світосприйняття крізь призму сміхової культури.

Література

1. Донченко Н. П. Комедійно-розважальні форми сучасної української естради: концептуальні новації та професійні компетенції. *Культура і мистецтво в сучасній Україні* : монографія. Київ : Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, 2020. С. 337.

2. Донченко Н. П., Мойсеєнко В. О. Сучасні видовищно-розважальні шоу на естраді: діапазон жанрів та особливості режисури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.* Київ : Міленіум, 2017. № 1. С. 109–113.

3. Коваль З. Гумор та сатира як механізми стійкого інформаційно-психологічного впливу. *Актуальні проблеми державного управління.* 2020. Т. 1. № 81. С. 45–49.

4. Крайнікова Т. Образно чи образливо? Про гумор у ЗМІ. URL: https://ms.detector.media/poglyad/post/15967/2016-02-03-obrazno-chy-obrazlyvo-pro-gumor-u-zmi/ (дата звернення: 18.09.2022.).

5. Müller M. G., Özcan E., Seizov O. Dangerous depictions: A visual case study of contemporary cartoon controversies. Popular Communication. The International Journal of Media and Culture. 2009. Vol. 7. Pp. 28–39. URL: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15405700802598361 (дата звернення: 16.09.2022.).

6. Черниш О. Гумор проти ракет. Як Україна жартує під час війни. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-61473573 (дата звернення: 15.09.2022).

7. Гумор під час війни – це доречно? Тоді який? URL: https://nashkiev.ua/culture/gumor-pid-chas-viini-tse-dorechno-todi-yakii (дата звернення: 19.09.2022.)

8. Вуличне мистецтво проти дезінформації. *Артіфейк*. URL: https://internews.ua/project/artifake (дата звернення: 18.09.2022.)

References

1. Donchenko, N. (2020). Comedy and entertainment forms of modern Ukrainian pop: conceptual innovations and professional competences. Culture and art in modern Ukraine: monograph. Kyiv: Kyiv. national University of Culture and Arts [in Ukrainian].

2. Donchenko, N., Moiseienko, V. (2017). Modern entertainment shows on stage: the range of genres and peculiarities of direction. Bulletin of the National Academy of Managers of Culture and Arts, (1), 109–113 [in Ukrainian].

3. Koval, Z. (2020). Humor and satire as mechanisms of persistent informational and psychological influence. Actual problems of public administration, 81 (1), 45–49 [in Ukrainian].

4. Kraynikova, T. Figurative or offensive? About humor in mass media. Retrieved from: https://ms.detector.media/poglyad/post/15967/2016-02-03-obrazno-chy-obrazlyvo-pro-gumor-u-zmi/ [in Ukrainian].

5. Müller, M. G., Özcan, E., Seizov, O. (2009). Dangerous depictions: A visual case study of contemporary cartoon controversies. Popular Communication, The International Journal of Media and Culture, (7), 28–39. Retrieved from: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15405700802598361 [in English].

6. Chernysh, O. Humor against rockets. How Ukraine jokes during the war. Retrieved from: https://www.bbc.com/ukrainian/features-61473573 [in Ukrainian].

7. Is humor during war appropriate? Then which one?Retrieved from:https://nashkiev.ua/culture/gumor-pid-chas-viini-tse-dorechno-todi-yakii [in Ukrainian].

8. Street art against misinformation. Artifake. Retrieved from: https://internews.ua/project/artifake [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 07.10.2022
Отримано після доопрацювання 09.11.2022
Прийнято до друку 16.11.2022

УДК316.7+327.2
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270540

Цитування:
Поплавська М. В. Культурна дипломатія: трансформація дефініції поняття в контексті еволюції світової спільноти (1930-ті – початок 2020-х рр.). *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 30–35.

Poplavska M. (2022). Cultural Diplomacy: Transformation of Concept Definition in the Context of World Community Evolution (1930s – Early 2020s). Kultura i suchasnict: almanakh, 2, 30–35 [in Ukrainian].

Поплавська Мирослава Володимирівна,
кандидат юридичних наук, доцент
Київського національного університету
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0003-3765-1686
poplavskaya.mira@gmail.com

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ В КОНТЕКСТІ ЕВОЛЮЦІЇ СВІТОВОЇ СПІЛЬНОТИ (1930-ті – початок 2020-х рр.)

Мета статті – виявити змістову сутність поняття «культурна дипломатія» на сучасному етапі та простежити трансформації його дефініції в контексті розвитку світової спільноти протягом XX – перших десятиліть XXI ст. **Методологія дослідження.** Застосовано метод термінологічного аналізу, метод інтерпретації та операціоналізації понять – для забезпечення осмислення змістової сутності поняття «культурна дипломатія», метод історико-культурного аналізу – для розгляду дефініційних трансформацій, що відбувалися протягом 1930-х – на початку 2020-х рр. у контексті розвитку світової спільноти та міжнародних відносин, а також метод системного аналізу – для виявлення специфіки феномену «культурна дипломатія» на сучасному етапі. **Наукова новизна.** Досліджено дефініцію поняття «культурна дипломатія» в історичній ретроспективі та на сучасному етапі; розглянуто й проаналізовано розвиток і трансформацію поняття в контексті специфіки еволюціонування світової спільноти; запропоновано власне визначення поняття «культурна дипломатія». **Висновки.** Культурна дипломатія безпосередньо пов'язана з використанням культури як об'єкта й засобу досягнення основоположних цілей зовнішньої політики держави, створення сприятливого образу країни, популяризації культури та мови. На сучасному етапі, в умовах глобалізаційних процесів взаємозалежного світу, у якому поширення інформаційно-комунікаційних технологій сприяє спілкуванню людей з різних країн, культурна дипломатія є надважливим аспектом для забезпечення міжнародного миру та стабільності. У контексті специфіки сучасного стану й тенденцій розвитку міжнародних відносин культурна дипломатія постає як напрям зовнішньої політики, що здійснюють національні держави у взаємодії з державними та / або приватними суб'єктами з метою поширення культури цієї країни за кордоном, а також розробки міжнародної культурної політики з метою культурного обміну та співробітництва між різними міжнародними суб'єктами – державами, міжнародними організаціями й окремими особами.

Ключові слова: культурна дипломатія, міжнародні відносини, світова спільнота, трансформація поняття.

Poplavska Myroslava*, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts*

Cultural Diplomacy: Transformation of Concept Definition in the Context of World Community Evolution (1930s – Early 2020s)

The purpose of the article is to reveal the essence of the «cultural diplomacy» concept at the current stage and trace the transformations of its definition in the context of the world community development during the 20th and first decades of the 21st century. **Research methodology.** The method of terminological analysis, the method of interpretation and operationalisation of concepts have been applied to ensure the understanding of the content essence of the «cultural diplomacy» concept. The method of historical and cultural analysis has enabled considering the definitional transformations that took place during the 1930s – early 2020s in the context of the development of the world community and international relations, as well as the method of systemic analysis to identify the specifics of the phenomenon of «cultural diplomacy» at the current stage. **Scientific novelty.** The definition of the «cultural diplomacy» concept has been studied in historical retrospect and at the present stage; considered and analysed the development and transformation of the concept in the context of the specifics of the evolution of the world community; a proper definition of the concept of «cultural diplomacy» is proposed. **Conclusions.** Cultural diplomacy is directly related to the use of culture as an object and means of achieving the fundamental goals of the state's foreign policy, creating a favorable image of the country,

© Поплавська М. В., 2022

popularising culture and language. At the current stage, in the conditions of globalisation processes of an interdependent world, in which the spread of information and communication technologies facilitates communication between people from different countries, cultural diplomacy is an extremely important aspect for ensuring international peace and stability. In the context of the specifics of the current state and development trends of international relations, cultural diplomacy is considered as a direction of foreign policy carried out by national states in cooperation with state and/or private entities with the aim of spreading the culture of this country abroad, as well as the development of international cultural policy with the aim of cultural exchange and cooperation between various international subjects – states, international organisations, and individuals.

Key words: cultural diplomacy, international relations, world community, transformation of the concept.

Актуальність дослідження. Культура є важливою частиною сучасного міжнародного порядку денного та потенційною сферою діяльності зовнішньої політики засобами посилення культурної дипломатії в усіх країнах. Культурна дипломатія постає як практика, що належить до міжнародних культурних відносин і реалізується відповідно до специфіки внутрішньо та зовнішньополітичних пріоритетів національних держав; як один з найбільш ефективних та значущих засобів реалізації зовнішньополітичних стратегій будь-якої держави, яка претендує на значущу роль в системі сучасних міжнародних відносин. Водночас, незважаючи на важливість цього феномену в теорії і практиці різноманітних сучасних міжнародних політичних, суспільних, культурно-мистецьких та інших практик, у науковій літературі відсутнє єдине загальноприйняте визначення поняття «культурна дипломатія», що актуалізує дослідження його дефініції в історичній ретроспективі й на сучасному етапі.

Аналіз досліджень і публікацій засвідчує наявність стійкого наукового інтересу вітчизняних науковців до різноманітних аспектів проблематики культурної дипломатії – від виявлення її місця і ролі в зовнішньополітичному напрямі діяльності України (Н. Мусієнко) [2] до висвітлення особливостей розвитку культурної дипломатії в сучасних умовах (Г. Лучишин, А. Гончарук) [1], її правового виміру (О. Стасевська, І. Маланчук та ін.) [4] та ін. Кожен із зазначених українських науковців аналізує деякі аспекти виникнення та розвитку поняття «культурна дипломатія», проте, незважаючи на широке його використання в теоретичному дискурсі, воно й досі не отримало належного висвітлення.

Мета статті – виявити змістову сутність поняття «культурна дипломатія» на сучасному етапі та простежити трансформації його дефініції в контексті розвитку світової спільноти протягом XX – перших десятиліть XXI ст.

Виклад основного матеріалу. Дослідження культури та міжнародних відносин, на перетині яких перебуває культурна дипломатія, передбачає відображення трансверсальності, міждисциплінарності та мультидисциплінарності цих галузей. На думку закордонних дослідників, культура конструюється, поширюється, асимілюється, засвоюється та реконфігурується засобами обміну знаннями, практиками, дискурсами та баченнями, тобто через діалог і контакт між різними народами. Отже, культура не обмежується політичними та географічними кордонами. І саме в цій перспективі наявність обміну конфігурується як необхідне для динамічного характеру культури [9, 15].

Культурна дипломатія – пропаганда серед закордонної громадськості іміджу та політики своєї країни – є одним із найдавніших напрямів організованої діяльності людини, хоча сам термін виник лише у XX ст. На сучасному етапі всі розвинуті країни і більшість країн, що розвиваються, надають культурній дипломатії особливого значення – активно, цілеспрямовано й успішно здійснюють її по всьому світу.

У широкому розумінні культурну дипломатію трактують як практику, що належить до міжнародних культурних відносин і перебуває під відповідальністю різних держав [9, 22]. У цьому сенсі культурні зв’язки на світовому рівні, на додаток до культурної дипломатії, яку здійснюють або підтримують країни, передбачають інші форми культурного, інтелектуального, наукового, комунікаційного, комерційного, релігійного, туристичного обміну та ін. Закордонний дослідник Д. Рібейро стверджує, що «культурні відносини включають, окрім іншого, культурну дипломатію, натхненну державою. Насправді і все частіше культурні відносини включають в себе також комунікації, які соціальні групи, академічні товариства, художники, виробники культури спонтанно встановлюють один з одним, незалежно від кордонів, за допомогою або без допомоги держав, до яких вони належать, а іноді навіть всупереч волі цих держав» [8, 15].

М. Візомірські акцентує на тому, що термін «культурна дипломатія» в сучасній практиці міжнародних відносин європейських країн є тотожним таким термінам, як «міжнародна культурна політика» (Австрія, Нідерланди, Швеція), «зовнішня культурна політика держави» (Франція) та «міжнародні культурні відносини» (Великобританія) [11].

Сучасні вітчизняні дослідники визначають культурну дипломатію як: «вид дипломатії, що містить обмін ідеями, цінностями, традиціями та іншими аспектами культури або ідентичності» [2, 118]; «вид дипломатії, що як засоби досягнення мети (інтенсифікації культурної взаємодії) використовує культурне надбання країни: мистецтво, включаючи живопис, скульптуру, театр, кінематограф, музику; літературу (втілюються такі ініціативи, як створення бібліотек в іноземних державах, переклад на іноземні мови творів національних авторів); освіту (надаються освітні програми іноземним студентам; реалізуються проєкти наукового й академічного обміну, мовних програм за кордоном)» [4, 90]; «наукова субстанція та як реальність політики міжкультурного співробітництва, що має національну специфіку і технології здійснення та яку використовують як інструмент міжурядового співробітництва або «м'якого впливу» задля забезпечення національних інтересів на глобальному, регіональному і національному рівнях» [3, 124] та ін. Основне завдання культурної дипломатії полягає в укріпленні міждержавних відносин, підвищенні соціально-культурного співробітництва, популяризації національних інтересів держави, зокрема в забезпеченні її національної безпеки.

Термін «культурна дипломатія» з'явився у 1930-х рр. Його увів у науковий обіг американський дослідник Ф. Баргхорн. Відповідно до його визначення культурну дипломатію трактують як «маніпуляцію культурними матеріалами й кадрами в пропагандистських цілях» [5, 353]. Отже, спочатку термін мав ідеологізований підтекст, що було обґрунтовано тогочасною кон'юнктурою.

З 1950-х рр. світові держави стали більш активно провадити культурну діяльність за кордоном. У цей період міжнародні громадські організації також включали культурну тематику у свої робочі програми. Прикладом є культурні програми, які проводили Організація Об'єднаних Націй (ООН), Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), Організація американських держав (ОАД) та ін. завдяки новій концепції солідарності, співробітництва та дискусій на глобальному рівні в контексті холодної війни, заради встановлення миру в усьому світі та пошуку нових ринків збуту. Як наслідок, у різних просторах по всьому світу поступово активізувався обмін товарів, людей, капіталу, повідомлень, цінностей і культурних програм. Тож із середини XX ст. міжнародні актори посилили та / або розпочали діяльність, пов'язану зі сферою культури в межах своєї діяльності на глобальному рівні.

Держава продовжує відігравати фундаментальну роль у процесах міжнародного зближення: забезпечувати і полегшувати потік обмінів, які люди спонтанно встановлюють між собою. При цьому все більше держав намагаються використовувати ці природні канали зв'язку, щоб надати культурний вимір дипломатичним відносинам, які вони підтримують один з одним. Отже, практично всі розвинуті країни користуються величезною перевагою культурного чинника в прагненні поєднати різноманітні аспекти своїх дипломатичних дій: примножують культурні взаємозв'язки і через них поширюють ідеї, продукти та укладають угоди.

Відомий дослідник Е. Харві, аналізуючи проблематику міжнародних культурних відносин другої половини XX ст., наголошує на тому, що на той час не було конституцій або укріплення інституційних структур, адекватних роботі культурної політики за кордоном у контексті сценарію холодної війни. Це саме стосується і вимог встановлення правових норм міжнародного права. Тому для того, щоб міжнародні культурні зв'язки розвивалися як сфера, необхідно було заповнити обидві лакуни. Іншими словами, у доповнення до створення / закріплення інститутів і встановлення правових норм міжнародного права з метою легітимізації культурної дипломатії держави повинні були:

- враховувати внутрішній контекст при визначенні заходів, проєктів та пропозицій для здійснення їх на двосторонньому або багатосторонньому рівні;
- пов'язувати дію з орієнтирами зовнішньої політики своєї країни та власними національними правовими системами [7, 76].

Варто зауважити, що для більшості розвинутих країн акцент на культурній дипломатії не є даниною часу або певним

нововведенням. Навпаки, їх можна вважати піонерами культурної дипломатії в сучасному розумінні цього поняття і країнами, які успішно втілюють у життя її основні напрями. У міжнародних культурних відносинах з 1990-х рр. і донині дослідники вирізняють три напрями:

1) культурна дипломатія держав;

2) культурне співробітництво, яке здійснюють міжнародні організації;

3) розвиток норм для міжнародного культурного законодавства на багатоаспектному рівні, що поступово стало відповідати вимогам, викладеним у попередньому пункті.

Перший напрям відповідає культурній дипломатії США. Заснування наприкінці XIX ст. Міжнародного союзу з охорони художніх та літературних творів завдяки Бернській конвенції про охорону літературних і художніх творів від 09.09.1886, яка в 1974 р. перетворилася на спеціалізовану установу ООН – Всесвітню організацію інтелектуальної власності, безумовно, надихнуло країни на виступи в галузі культур на міжнародному рівні. Проте саме Франції належить виконання новаторської роботи щодо включення культурної альтернативи у всесвіт своєї зовнішньої політики. З початку XX ст. інші країни поступово наслідували приклад Франції: Великобританія та Італія в міжвоєнний період, Канада і США переважно після Другої світової війни, Федеративна Республіка Німеччина та Японія – 1960-х рр. та ін. [8, 68]. Важливо наголосити, що раніше дифузія культурної продукції багатьох країн здійснювалася відповідно до політичних, економічних та торгових інтересів народів в інших регіонах світу, навіть без стратегічного планування культурної дипломатії.

Другий напрям у міжнародних культурних відносинах відповідає зародженню міжурядових організацій, які покликані слугувати співробітництву та багатосторонній культурній діяльності. Саме вони стали розробляти культурну політику на міжнародній арені.

Третій напрям стосується розробки широкої сукупності норм міжнародного культурного законодавства на багатосторонньому рівні, загалом схвалених на світових форумах. Ці сфери спеціалізуються на регулюванні конституцій та керівництві функціонування міжурядових організацій, які діють у галузі культури.

На думку дослідника Т. Сов, історичною віхою в появі культурної дипломатії є холодна війна, яка змусила Сполучені Штати Америки осмислити важливість «психологічної боротьби і того місця, яке вона посідає у свідомості людей» [10, 15]. Для Японії це боротьба з 1972 р. за створення фонду країни, для збалансування іміджу після Другої світової війни; для України життєво важливим стало її самовизначення відносно колишнього Радянського Союзу, для канадців пріоритетним стає захист культур меншин та франкомовних країн у переважно англомовному просторі; для Ізраїлю – питання про реституції культурних цінностей.

Іншими словами, починаючи з другої половини XX ст. і донині суттєво зросло занепокоєння з приводу поширення культурних елементів з боку політичної діяльності держав у міжнародному середовищі, а питання ідентичності, політичних проєктів та зовнішнього представлення країн через культуру, безумовно, стали актуальними для культурної дипломатії. Сучасні дослідники наголошують на тому, що ЮНЕСКО «апостеріорі стала парадигмою того, що розуміють під багатоаспектним поняттям культурної дипломатії» [6, 48], завдяки включенню робочих параметрів, що в багатьох випадках приймають держави.

На сучасному етапі відповідно до загальноприйнятої практики підтримка позитивного іміджу своєї країни є обов'язковою для всіх дипломатів. При цьому в структурах міністерств іноземних справ розвинутих країн зазвичай створюють спеціальні органи, які відповідають за культурну дипломатію. У контексті специфіки сучасного періоду розвитку світового суспільства та міжнародних відносин можемо визначити культурну дипломатію як специфічний напрям зовнішньої політики, що здійснюють держави у взаємодії з державними та / або приватними суб'єктами з метою поширення культури цієї країни за кордоном, а також розробки міжнародної культурної політики задля культурного обміну та співробітництва між різними міжнародними суб'єктами – державами, міжнародними організаціями й окремими особами.

Акцентуємо на взаємозумовленості сфер, які становлять основу культурної дипломатії, тобто культури та міжнародних відносин: перше залежить від другого і сприяє його розвитку та навпаки. Більше того, оскільки культури розвиваються засобами змішування, діалогу, обміну, а також напруженості та конфліктів, у цьому сенсі міжнародні відносини є місцем взаємодії і трансформації

культур.

Наукова новизна статті полягає в тому, що в ній досліджено дефініцію поняття «культурна дипломатія» в історичній ретроспективі й на сучасному етапі; проаналізовано розвиток і трансформацію поняття в контексті специфіки еволюціонування світової спільноти; запропоновано власне визначення поняття «культурна дипломатія».

Висновки. Культурна дипломатія безпосередньо пов'язана з використанням культури як об'єкта й засобу досягнення основоположних цілей зовнішньої політики держави, створення сприятливого образу країни, популяризації культури та мови. На сучасному етапі, в умовах глобалізаційних процесів взаємозалежного світу, у якому поширення інформаційно-комунікаційних технологій сприяє спілкуванню людей з різних країн, культурна дипломатія є важливим аспектом для забезпечення у світі миру та стабільності.

У контексті специфіки сучасного стану й тенденцій розвитку міжнародних відносин культурна дипломатія постає як напрям зовнішньої політики, який здійснюють країни у взаємодії з державними та / або приватними суб'єктами з метою поширення культури цієї країни за кордоном, а також розробки міжнародної культурної політики задля культурного обміну та співробітництва між різними міжнародними суб'єктами – державами, міжнародними організаціями й окремими особами.

Література

1. Луцишин Г., Гончарук А. Особливості розвитку культурної дипломатії в сучасних умовах. *Humanitarian vision*. 2017. Vol. 3. Num. 1. С. 25–30.

2. Мусієнко І. В. Культурна дипломатія України в контексті проблем євроінтеграції та міжнародних економічних стосунків. *Розвиток суспільних наук: європейські практики та національні перспективи :* матер. Міжнар. наук. конф. Львів : ГО «Львівська фундація суспільних наук», 2015. С. 118–121.

3. Сербіна Н. Ф., Кучмій О. П. Культурна дипломатія як інструмент зовнішньої політики сучасної європейської держави. *Актуальні проблеми міжнародних відносин.* Вип. 100 (ч. І). 2011. С. 122–131.

4. Стасевська О. А., Маланчук І. І. Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. *Право та інновації*. 2021. № 1 (33). С. 89–95.

5. Barghoorn F. C. The Soviet Cultural Offensive. The role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy. Princeton, 1960. 353 p.

6. Do Vale Novais B. Caminhos trilhados, horizontes possíveis: um olhar sobre a diplomacia cultural do estado brasileiro no período de 2003 a 2010. Salvador : Universidade federal da bahia instituto de humanidades, 2013. 247 p. URL: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/14952/3/NOVAIS_Bruno_do_Vale_Caminhos_trilhados_horizontes_possiveis_Dissertacao_de_Mestrado_UFBA.pdf (дата звернення: 08.09.2022).

7. Harvey E. Relaciones culturales internacionales en iberoamérica y el mundo. Madrid: Tecnos, 1991. 313 p.

8. Ribeiro D. Diplomacia Cultural: seu papel na política externa brasileira. Brasília: Funag, 2011. 128 p.

9. Rubim A., Barbalho A. (orgs.). Políticas Culturais no Brasil: trajetória e contemporaneidade. *Políticas Culturais no Brasil. Salvador* : Edufba, 2007. Pp. 11–36.

10. Sow T. M. The Soft Power & Diplomatie Culturelle: culture totale vs culture globale. Tobelem, Jean-Michel. Collection Gestion de la culture et du secteur non lucratif. Paris : Editions de l'Harmattan, 2008. 41 p.

11. Wyszomirski M. J., Dewey P. International Issuesin Cultural Policy and Administration: A Conceptual Frame work for Higher Education. 3rd International Conference on Cultural Policy Research. 2004. URL: http://neumann.hec.ca/iccpr/PDF_Texts/Dewey_Wyszomirski.pdf (дата звернення: 06.09.2022).

References

1. Lutyshyn, G., Honcharuk, A. (2017). Peculiarities of the development of cultural diplomacy in modern conditions. Humanitarian vision, 3, 1, 25–30 [in Ukraine].

2. Musienko, I. V. (2015). Cultural diplomacy of Ukraine in the context of problems of European integration and international economic relations. Development of social sciences: European practices and national perspectives: Mater. international of science Conf. Lviv: NGO "Lviv Foundation of Social Sciences", 118–121 [in Ukraine].

3. Serbina, N. F., Kuchmiy, O. P. (2011). Cultural diplomacy as a tool of foreign policy of a modern European state. Actual problems of international relations, 100 (I), 122–131 [in Ukraine].

4. Stasevska, O. A., Malanchuk, I. I. (2021). Cultural diplomacy: symbiosis of cultural and legal potential. Law and innovation, 1 (33), 89–95 [in Ukraine].

5. Barghoorn, F. C. (1960). The Soviet Cultural Offensive. The role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy. Princeton [in English].

6. Do Vale Novais, B. (2013).Caminhos trilhados, horizontes possíveis: um olhar sobre a diplomacia cultural do estado brasileiro no período de 2003 a 2010. Salvador : Universidade federal da bahia instituto de humanidades. Retrieved from: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/14952/3/NOVAIS_Bruno_do_Vale_Caminhos_trilhados_horizontespossiveis_Dissertacao_de_Mestrado_UFBA.pdf [in Portuguese].

7. Harvey, E. (1991). Relaciones culturales internacionales en iberoamérica y el mundo. Madrid: Tecnos [in Spanish].

8. Ribeiro, D. (2011). Diplomacia Cultural: seu papel na política externa brasileira. Brasília: Funag [in Portuguese].

9. Rubim, A., Barbalho, A. (orgs.). (2007). Políticas Culturais no Brasil: trajetória e contemporaneidade. Políticas Culturais no Brasil. Salvador: Edufba, 11–36 [in Portuguese].

10. Sow, T. M. (2008). The Soft Power & Diplomatie Culturelle: culture totale vs culture globale. Tobelem, Jean-Michel. Collection Gestion de la culture et du secteur non lucratif. Paris: Editions de l'Harmattan [in English].

11. Wyszomirski, M. J., Dewey, P. (2004). International Issuesin Cultural Policy and Administration: A Conceptual Frame work for Higher Education. 3rd International Conference on Cultural Policy Research. Retrieved from: http://neumann.hec.ca/iccpr/PDF_Texts/Dewey_Wyszomirski.pdf [in English].

Стаття надійшла до редакції 06.10.2022
Отримано після доопрацювання 08.11.2022
Прийнято до друку 16.11.2022

UDC005.2:[021:17.022.1]
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270541

Цитування:

Vasylenko D., Skryl` P., Titova V. (2022). Marketing and PR communications in the context of promoting theatre institution. Kultura i suchasnist : almanakh, 2, 36–41 [in English].

Василенко Д. П., Скриль П. В., Тітова В. Д. Маркетингові і PR-комунікації в контексті просування театральної установи. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 36–41.

Vasylenko Daria,
Senior Lecturer, Department of Humanities, Culture and Arts, Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
https://orcid.org/0000-0001-9052-8287
dvoloshka05@gmail.com

Skryl` Polina,
Undergraduate Student, Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
https://orcid.org/0000-0002-1610-4424
polinaskryl1212@gmail.com

Titova Valeria,
Undergraduate Student, Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
https://orcid.org/0000-0001-8706-8945
lera2002352@gmail.com

MARKETING AND PR COMMUNICATIONS IN THE CONTEXT OF PROMOTING THEATRE INSTITUTION

The purpose of the work is to create a marketing and PR development strategy for the Coryphaei Theatre. **Research methodology.** To solve the research task, general scientific methods have been used: analysis, generalisation, description, and comparative-comparative (study of the theoretical foundations of the research). Besides, the authors have applied specifically scientific methods: structural, systemic, method of included observation, survey (questionnaire), and situational analysis (writing the practical part of the study). **The scientific novelty** consists in the presentation of practical recommendations for the construction and implementation of a marketing and PR communications strategy for the «Coryphaei Theatre» to attract new viewers and popularise the theatre's activities in society. Cultural and leisure activities are perceived as the process of creating conditions for the individual's motivational choice of subject activity, which is determined by his / her needs and interests. With the development of market relations, cultural and leisure activities closely approached marketing technologies, which are based on the problem of finding and meeting the needs of individual citizens or public groups. The issue of improving the system of promoting theatrical services in the form of marketing and PR communications, which allows focusing the available limited resources of organisations on the main strategic directions of conquering target market segments under conditions of increased competition, is gaining special relevance. At the same time, the task of promoting a theatrical product comes to the fore, which is currently one of the most promising types of business activity for theatre institutions that want to stay on the socio-cultural market. **Conclusions.** We have analysed the market of theatrical services provided by the «Coryphaei Theatre» and the conditions of the competitive environment in the Kropyvnytskyi city, considered pricing in the theatre sector, developed a system for implementing marketing and PR in the work of the theatre, and developed recommendations for the theatre's advertising and PR policy**.**

Key words*:*theatre, marketing, communication, PR, socio-cultural sphere, leisure, performances**.**

Василенко Дар'я Павлівна, *старша викладачка кафедри гуманітарних наук, культури і мистецтва Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського;* ***Скриль Поліна Валеріївна,*** *студентка Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського;* ***Тітова Валерія Данилівна,*** *студентка Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*

Маркетингові і PR-комунікації в контексті просування театральної установи

Мета роботи – сформувати стратегію маркетингового і PR-розвитку «Театру Корифеїв» у місті Кропивницький. **Методологія.** Щоб вирішити завдання дослідження, використано загальнонаукові методи: аналіз, узагальнення, опис, порівняльно-порівняльний (вивчення теоретичних засад дослідження); конкретнонаукові: структурний, системний, метод включеного спостереження, опитування (анкетування), ситуаційного аналізу (написання практичної частини дослідження). **Наукова новизна** полягає в представленні практичних рекомендацій щодо конструювання і реалізації стратегії маркетингових і PR-комунікацій для «Театру Корифеїв» для залучення нових глядачів і популяризації діяльності театру в суспільстві. Культурно-дозвіллєва діяльність сприймається як процес створення умов мотиваційного вибору особистістю предметної діяльності, що визначається її потребами та інтересами. З розвитком ринкових відносин культурно-дозвіллєва діяльність впритул наблизилася до маркетингових технологій, основу яких

© VasylenkoD., 2022
© Skryl` P., 2022
© TitovaV., 2022

становить проблема пошуку та задоволення потреб окремих громадян чи громадських груп. Особливої актуальності набувають питання вдосконалення системи просування театральних послуг у вигляді маркетингових і PR-комунікацій, що дає змогу зосередити наявні обмежені ресурси організацій на основних стратегічних напрямах завоювання цільових сегментів ринку за умов посилення конкуренції. При цьому першочерговим є завдання просувати театральний продукт, що на сьогодні є одним з найбільш перспективних видів ділової активності для закладів театральної сфери, які прагнуть залишитися на соціокультурному ринку. **Висновки.** Проаналізовано ринок театральних послуг, які надає «Театр Корифеїв», та умови конкурентного середовища, досліджено ціноутворення в театральній сфері, розроблено систему впровадження маркетингу і PR в роботу театру та надано рекомендації щодо рекламної і PR-політики театру.

Ключові слова: театр, маркетинг, комунікація, PR, соціокультурна сфера, дозвілля, вистави.

Relevance of the research topic. Cultural and leisure activities are perceived as the process of creating conditions for the individual's motivational choice of subject activity, which is determined by his / her needs and interests. With the development of market relations, cultural and leisure activities closely approached marketing technologies, which are based on the problem of finding and meeting the needs of individual citizens or public groups. At the current stage of development of the socio-cultural field, cultural institutions in general, and theatres in particular, found themselves in fundamentally new conditions. The decrease in the level of state funding, the instability of sponsorship, the unpredictability of audience behaviour, in particular due to the development of the commercial leisure sector, caused a whole set of problems. However, it is precisely the challenge of this new reality, which is reshaping the relationship between art and the public, that has given marketing and PR in the field of culture such an important meaning. There was a need for a conscious application of a marketing approach for the promotion of institutions of the socio-cultural sphere, in particular theatres. The change in the socio-cultural needs of visitors, the mismatch of demand and supply in the market of socio-cultural services determine the need to introduce marketing and PR tools into the process of managing cultural institutions to ensure the quality formation, development and satisfaction of the socio-cultural needs of people and society, which ultimately contributes to the improvement of the quality of life of users.

Analysis of research and publications. Scientific research in the context of marketing strategies was carried out by both Ukrainian and foreign scientists, including A. R. Andreasen [1], V. Zotov [3], K. Sriramesh [10; 11], L. Keller [5], P. Kotler, G. Armstrong [8], B. McCarthy [9]. Scientific substantiation of the problem of management of institutions from socio-cultural sector, and the construction of their marketing strategies are devoted to scientific works: T. Borysova [2], L. Edwards [4], J. D. Colombo [7], C. Webster [14], A. Wales [12], Ch. Watkins [13].

During the research, a number of unsolved questions regarding the use of marketing and PR technologies in the socio-cultural sphere and in particular the theatre industry were outlined. Questions that require a definition of the concept of marketing communication implementation in the activity of modern Ukrainian theatre remain discursive.

The purpose of the research is to form a marketing and PR development strategy for the «Coryphaei Theatre».Presenting of the basic material. The basis of any commercial activity is attracting customers, establishing long-term relations between them and the theatre. Each theatre operates in a competitive environment. The interests of various groups (departments) within the organisation were taken into account during the development of recommendations regarding the marketing activities of the «Coryphaei Theatre». For the concept of development of marketing and PR communications in the theatre, the concept of 7P was taken as a basis, we will consider its components in more detail [6].

1. Product. The product is the repertoire of the theatre. Performances performed on the stage of the «Coryphaei Theatre» have various genres: comedy, musical comedy, musical, documentary performance, romantic ballad, musical drama, rock opera, apocrypha, etc. Currently, the theatre's repertoire includes 25 performances, among them: «I'm Going for You», «Eternal Law of the Motherhood», «Natalka Poltavka», «On the Field of Blood», «Napoleon and the Corsican», «We are the people of Kropyvnytskyi», «Naimichka», «Sorochyn Fair» and others.

Within this criterion, a sociological survey was conducted to assess the demand for the theatrical product. A total of 77 respondents were interviewed, who were asked one question: how often do they visit the theatre. The survey was conducted in the Kropyvnytskyi city in November-December 2021. According to the results of the research, 52% of respondents do not visit the theatre at all, 30% – once every six months, 9% – once a quarter, 9% – once a month. Among those who visit the theatre more than once every six months, the number of women exceeds the number of men three times (Figure 1).

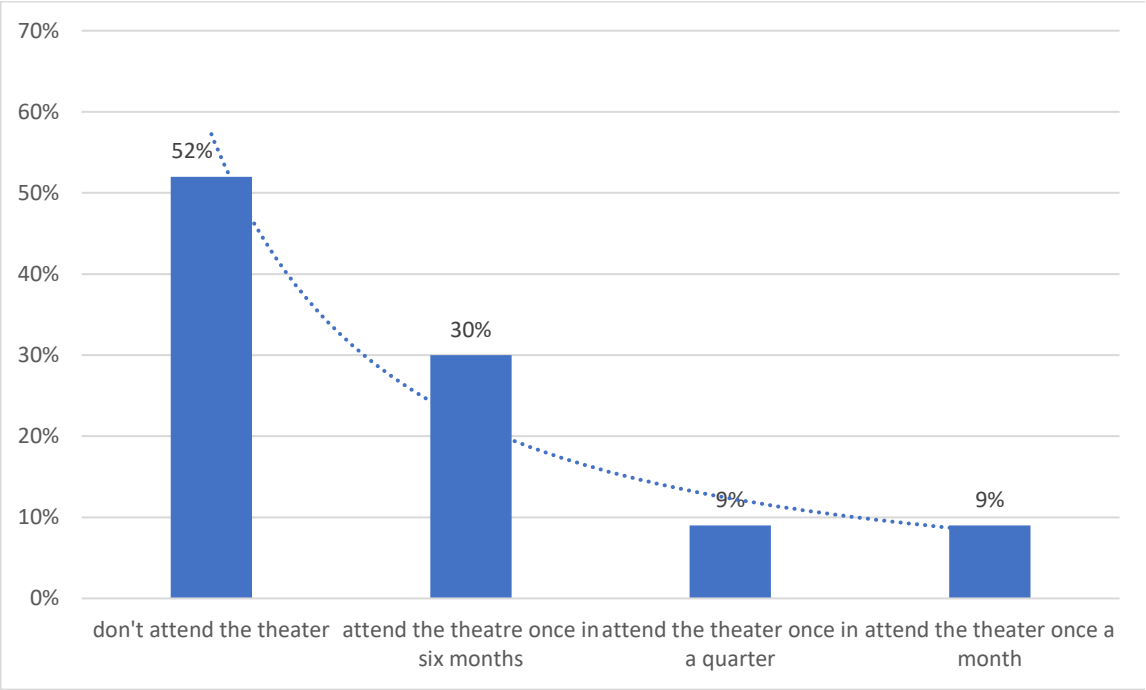

Figure 1. Results of the survey on topic «How often do you visit the theatre?»

People aged from 20 to 30 and from 40 to 65 years old usually visit the theatre more often. In general, theatre has a positive colour in the imagination of people, they associate it with actors, performances, stage, art and leisure time.

2. Place or channel of distribution. The distribution channels of performances are such values as the popularity of actors engaged in performances; the professionalism of the director-producer; location of the theatre. According to this criterion, the "Coryphaei Theatre" has a good historical heritage and a favorable location in a historical building, where the first professional theatre was organised on October 27, 1882 under the leadership of M. Kropyvnytskyi. The actors of the theatre are mainly known only to the audience of the theatre, although there are 5 honored artists of Ukraine among them.

3. Price. Currently, in the field of theatrical art, the supply exceeds the demand, the audience's interest in the theatre as a form of leisure is decreasing. One of the main problems in pricing in the field of art is determining the market value of the product, i.e. the very idea. The market deals with scenic works, whose artistic value and commercial value cannot be directly correlated [6, 57]. Accordingly, the price policy in the theatre and entertainment market is based mainly on its regulatory mechanisms of art, than on the needs and tastes of the consumer. Therefore, the theatre management should develop a pricing strategy based on the costs, demand and pricing policies of competitors. The price for the type of services of the «Coryphaei Theatre» is the average in Ukraine for regional academic theatres is UAH 100-300.

4. Promotion. Today, the theatre has several channels of information dissemination. The first one is the regular viewers, who spread information about the theatre themselves and through their acquaintances. The second one is the Facebook social networks, the number of followers is 108. Most likely these are real supporters of the theatre plus its employees. The Instagram has only 1 subscriber, which is why it cannot be considered a resource that can really help in promoting the theatre's activities. The website is https://teatr-koryfeiv.com.ua/, we consider it the most consumer-oriented, as it contains the most information about the theatre's activities and has real information about the theatre (since September 2022, the site has been inactive). Another source of information about the theatre is posters on free sites on the Internet, such as «Kontrmarka».

5. People. There are 57 actors in the main troupe of the «Coryphaei Theatre». Each theatre actor undergoes continuous training in the following areas: acting skills and stage language, musical art. In addition, one of the creators of the play is certainly a playwright. «Coryphaei

Theatre» works mainly with academic drama. In addition, in the theatre field, every spectator, who comes to a theatre performance, is an intermediary in shaping the perception of theatre services among their acquaintances and strangers, leaving publicly available feedback both in personal conversations and on websites and social networks.

6. Process. This criterion includes the process of buying tickets for the performance of the «Coryphaei Theatre», we note that it is quite simple. Tickets can be purchased at the theatre's box office, through the theatre's website, or other online platforms, that offer tickets for performances of the «Coryphaei Theatre» (karabas.com, bilet.com.ua, kr.kontramarka.ua, etc.). Almost complete achievement of the desired potential audience can be attributed to the marketing victories of the «Corypheiv Theatre». A theatregoer is a person between the ages of 28 and 65, with average and above-average incomes and a higher education. It is obvious, that the shortcomings of the results of the current marketing system can be called:

a) «Coryphaei Theatre» website is not working;

b) lack of a mobile application for booking tickets to the «Coryphaei Theatre»;

c) poorly developed social networks of the theatre, which have a small number of subscribers, which makes it impossible to promote the theatre's activities through social networks at the current stage;

d) lack of constant sponsors;

e) lack of outdoor advertising, implementation of advertising strategy only with the help of the site and local media (which is ineffective, as they have low viewing ratings).

The correction of precisely these disadvantages formed the basis of the development of recommendations for improving the marketing and PR activities of the «Coryphaei Theatre».

The effectiveness of marketing management means such an organisation of the information collection system, conducting market research, organisation of advertising sales operations and service, which would ensure the maximum results (profit, sales volume, market share, etc.) at minimum costs [5]. Marketing structures can be considered flexible only if they are able to change their organisational forms when the strategy of the «Coryphaei Theatre»changes. In Table 1, the goal of the marketing service is formulated depending on the problem that has arisen(table 1).

Table 1

The goals of the marketing service of the «Coryphaei Theatre»

Issue	Goals of the theatre's marketing and PR service
Positioning of the theatre as a highly professional organisation.	Generate positioning.
Weak response to consumer needs.	Systematic research of the consumer needs.
Weak work with the external advertising.	Generate an advertising campaign.
Weak development of accounts in social networks.	Start working with SMM-promotion of theatre accounts in the social networks Facebook and Instagram.

The marketing service of the «Coryphaei Theatre» should consist of at least three elements: the head of the marketing service; marketing forecasting and planning bureau; bureau of advertising and PR. The head of the marketing service reports directly to the director of the theatre. He coordinates and is responsible for the work of the whole service in general. The number of marketing service is three people [13]. The forecasting bureau is engaged in the study of the sales market and demand, and also implements such aspects as collection and analysis of information; research of the market situation; study of demand and development of demand forecasts; determining the competitiveness of theatre services; study of the consumer properties of theatre services and consumer requirements for them. The Bureau of Advertising and PR performs the task of determining the most effective directions of advertising, taking into account the characteristics of products and market conditions; organises the necessary types of advertising to build trust and respect for the theatre; implements effective methods of conducting advertising and PR campaigns, taking into account the characteristics of advertising products, as well as the characteristics of the market; develops and submits for approval plans for conducting advertising and PR events; organises advertising and PR materials for online platforms, television,

radio, press, in the form of articles (including photo materials), videos, etc.; studying and analysing the organisation of advertising and PR in similar theatres, as well as developing proposals for using their experience; draws up cost estimates for advertising and PR events, monitors their compliance.

A theatrical product – a performance – is usually sold through the sale of tickets through the box office. That is, the material equivalent of the right to attend a theatre performance is a paper ticket. However, taking into account the digitisation of our society, it is necessary to organise the sale of tickets through a mobile application and online platforms, links to which will be posted on the website and in the accounts of the «Coryphaei Theatre» in social networks.

The problem of finding partners in the issue of ticket distribution can be solved through agreements with bookstores, cafes, creative workshops and studios that are interested in the barter sale of tickets. For example, a theatre advertises a bookstore or organises a reading of a new work in exchange for ticket sales.

One of the most popular types of ticket sales is the distributor system. It has proven itself well and has been used for a long time, not only by theatres, but also by other organisations working in the field of arts. The usual share of distributors is up to 50%. The distributor can receive up to 35% of the price of the tickets sold by them. This could become a very effective innovation in the ticket distribution system, since the percentage of the distributor usually does not exceed 25% [10].

Obviously, when generating the theatre positioning strategy, it is necessary to take into account the aspect that the theatre is a company in the field of services, namely entertainment. Thus, in the mind of the consumer, the theatre competes with other types of entertainment. Simply put, the consumer chooses how to spend their leisure time. Moreover, here theatres no longer compete with each other, but with other types of intellectual entertainment, primarily with cinema. Therefore, in the positioning of the theatre, attention should be focused on why the audience should choose the theatre.

The correct positioning of only one theatre indirectly affects the entire theatrical sphere. Positioning tools can be various platforms, such as own resources (site, pages of social networks) and various mass media. We consider it necessary to increase the number of articles, videos, mentions in the mass media and other sources of information. The actors of the «Coryphaei Theatre» need to position themselves as public figures, bearing in mind that their persona is part of the theatre's image positioning.

Actors and management of the theatre have to participate in various TV programs and shows. It would be good for actors to become employees of television and radio, and thus, by popularising themselves, increase the popularity of the theatre and strengthen its image. Another type of «penetration» on TV and radio is the creation of special theatre sections in programs. Another advertising tool for the theatre can be the holding of free performances or theatrical meetings, within which parts of the performances will be demonstrated. This form can increase recognition and expand the range of viewers.

Another possible direction of theatre popularisation is fundraising, collecting voluntary donations, in monetary or other form, usually for non-profit purposes: scientific research, charity projects, etc. [12]. Such a system provides for the presence of a development department or at least one manager in the theatre, who will deal exclusively with attracting additional funds. In addition, the theatre fundraising system can include a board of trustees, a club of friends of the theatre, a charity fund supporting the theatre, etc. Such an approach will help the theatre to establish the necessary contacts with representatives of authorities, with commercial firms, mass media, etc.

The scientific novelty consists in the presentation of practical recommendations for the construction and implementation of a marketing and PR communications strategy for the «Coryphaei Theatre» to attract new viewers and popularise the theatre's activities in society.

Conclusions. We have analysed the market of theatrical services provided by the «Coryphaei Theatre» and the conditions of the competitive environment in the Kropyvnytskyi city, considered pricing in the theatre sector, developed a system for implementing marketing and PR in the work of the theatre, and developed recommendations for the theatre's advertising and PR policy. Therefore, the theatre can exist as an organisation to which well-known marketing tools can be applied, such as:

a) creation of a marketing and PR department in the structure of the theatre;

b) creation of the online ticket sales system through the website, social networks, partners, network of distributors, mobile application;

c) the use of branding technologies by creating a department within the structure of the theatre (or setting aside a special position) that will deal with attracting constant sponsors;

d) to develop and implement a system of

positioning (philosophy) of the theatre;

e) increase the recognition of the theatre due to the expansion of information distribution channels;

f) develop and implement a planned advertising and PR policy using Internet platforms, especially accounts in the social networks, as well as using traditional channels of information dissemination.

These measures will allow the «Coryphaei Theatre» to reach a new competitive level in the theatre sphere of Ukraine.

Література

1. Andreasen A. R., Kotler P. Strategic marketing for nonprofit organisations. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2003. 536 с.
2. Борисова Т. Передумови та напрями маркетизації некомерційної сфери культури та дозвілля України. *Галицький економічний вісник*. 2014. Т. 45. № 2. С. 154–164.
3. Зотов В. В. Цінність бренду : монографія. Маркет ДС Корпорейшн, 2015. 167 с.
4. Edwards L. Exploring the Role of Public Relations as a Cultural Intermediary Occupation. *SAGE journals*. 2012. Pp. 1–17. DOI: ttps://doi.org/10.1177/1749975512445428.
5. Keller L. Strategic Brand Management. 2014. URL: https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41110-samenvatting-strategic-brand-management-keller-part-1 (дата звернення: 12.09.2022).
6. Кольбер Ф., Нантель Ж., Білодо С., Річ Дж. Д. Маркетинг у сфері культури та мистецтв. Львів : Кальварія, 2004. 240 с.
7. Colombo J. D. The Marketing of Philanthropy and the Charitable Contributions Deduction. *U Illinois Law & Economics Research Paper*. 2000. № 00–11. Pp. 1–43.
8. Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing. London : Pearson Education Limited, 2018. 234 с.
9. Maccarthy B. Strategy, Marketing, Plans and Small organisations. London : Bookbon, 2016. 119 с.
10. Sriramesh K. The Relationship between Culture and Public Relations. 2006. URL : https://www.researchgate.net/publication/265497827_The_Relationship_between_Culture_and_Public_Relations_1 (дата звернення: 12.09.2022).
11. Sriramesh K., Vercic D. Culture and Public Relations. New Jersey, 2012. 296 p.
12. Wales A. Public relations and the media – an introduction for arts and cultural marketers. 2013. URL: https://www.culturehive.co.uk/resources/public-relations-and-the-media-an-introduction-for-arts-and-cultural-marketers/ (дата звернення: 12.09.2022).
13. Watkins Ch. Marketing and PR for Cultural Programs. 2009. URL: https://programminglibrarian.org/articles/marketing-and-pr-cultural-programs (дата звернення: 12.10.2022).
14. Webster C. Marketing culture and marketing effectiveness in service firms. Journal of Services Marketing. 1995. Vol. 2. Is. 2. Pp. 6–21.

References

1. Andreasen, A. R., Kotler, P. (2003). Strategic marketing for nonprofit organisations. Upper Saddle River [in English].
2. Borysova, T. (2014). Prerequisites and directions of marketing of the non-commercial sphere of culture and leisure of Ukraine. Halytskyi ekonomichnyi visnyk, 45, 2, 154–164 [in Ukrainian].
3. Edwards, L. (2012). Exploring the Role of Public Relations as a Cultural Intermediary Occupation. SAGE journals, 1–17. DOI: ttps://doi.org/10.1177/1749975512445428 [in English].
4. Zotov, V. V. (2015). Brand value. Kyiv [in Ukrainian].
5. Keller, L. (2014). Strategic Brand Management. Retrieved from: https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41110-samenvatting-strategic-brand-management-keller-part-1 [in English].
6. Kolber, F., Nantel, Zh. Bilodo, S. Rich, Dzh. D. (2004). Marketing in the field of culture and arts. Lviv [in Ukrainian].
7. Colombo, J. D. (2000). The Marketing of Philanthropy and the Charitable Contributions Deduction. U Illinois Law & Economics Research Paper, 00–11, 1–43 [in English].
8. Kotler, P. Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. London [in English].
9. Maccarthy, B. (2016). Strategy, Marketing, Plans and Small Organisations. London [in English].
10. Sriramesh, K. (2006). The Relationship between Culture and Public Relations. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Krishnamurthy-Sriramesh/publication/320310867_The_relationship_between_culture_and_public_relations/links/59dd33760f7e9b53c1970461/The-relationship-between-culture-and-public-relations.pdf [in English].
11. Sriramesh, K. (Ed.), Vercic, D. (2012). Culture and Public Relations. New Jersey [in English].
12. Wales, A. (2013). Public relations and the media – an introduction for arts and cultural marketers. Retrieved from https://www.culturehive.co.uk/resources/public-relations-and-the-media-an-introduction-for-arts-and-cultural-marketers/ [in English].
13. Watkins, Ch. (2009). Marketing and PR for Cultural Programs. Retrieved from: https://programminglibrarian.org/articles/marketing-and-pr-cultural-programs [in English].
14. Webster, C. (1995). Marketing culture and marketing effectiveness in service firms. Journal of Services Marketing, 2, 2, 6–21 [in English].

Стаття надійшла до редакції 10.10.2022
Отримано після доопрацювання 11.11.2022
Прийнято до друку 21.11.2022

УДК 808.5:316.77
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270543

Цитування:
Соломенко Л. І. Особливості впливу сучасних засобів масової інформації на формування та розвиток масової мовленнєвої культури. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 42–48.

Solomenko L. (2022). Features of Modern Mass Media Influence on the Formation and Development of Mass Speech Culture. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 42–48 [in Ukrainian].

Соломенко Ліна Іванівна,
викладач кафедри тележурналістики
та майстерності актора
Київського національного університету
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0001-9678-1603
angelina_05@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК МАСОВОЇ МОВЛЕННЄВОЇ КУЛЬТУРИ

Мета статті – виявити особливості розвитку масової мовленнєвої культури в контексті специфіки сучасних ЗМІ (на прикладі телебачення та друкованої преси). **Методологія дослідження.** Застосовано метод аналізу та синтезу, метод структуризації та системний метод для осмислення особливостей впливу ЗМІ на процес розвитку масової мовленнєвої культури; типологічний метод, завдяки якому виявлено особливості традиційних і сучасних медіа в контексті трансформації масової мовленнєвої культури; абстрактно-логічний метод, який посприяв узагальненню характерних на сучасному етапі тенденцій розвитку культури мовлення та ролі засобів масової інформації в їх формуванні. **Наукова новизна.** Досліджено вплив сучасних ЗМІ на процес розвитку масової мовленнєвої культури; уточнено й доповнено поняття «мовленнєва культура» та «масова мовленнєва культура»; виявлено характерні для початку XXI ст. позитивні й негативні тенденції впливу засобів масової інформації на мовленнєву культуру; розглянуто особливості впливу новітніх іншомовних запозичень у контексті специфіки розвитку теперішніх ЗМІ. **Висновки.** На сучасному етапі відносно українськомовної комунікації та вербального коду можна говорити про явища масової культури на рівні культури психологічної, політичної та ін. Масова мовленнєва культура формується як певний популярний спосіб комунікації, що більшість у суспільстві використовує незалежно від статусу та соціальних ролей у публічному та побутовому спілкуванні. Важливу роль у цьому виконують засоби масової інформації – традиційні та нові медіа, оскільки саме вони транслюють і тиражують характерні для сучасного суспільства взірці мовленнєвої поведінки (наприклад актуальні для цього соціокультурного простору слова, вирази та мовленнєві звороти, цитати персонажів, мовленнєві меми й ін.). Дослідження виявило, що вплив на формування масової мовленнєвої культури традиційних засобів масової інформації (телебачення і друкованих видань) на сучасному етапі посилився завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що створило передумови для необмеженого часом і простором доступу. Незважаючи на наявність негативних факторів впливу традиційних медіа на масову мовленнєву культуру, зумовлених змінами їх системи і функцій внаслідок глобалізаційних процесів, що проявляється в появі величезної кількості лексичних запозичень, спрощеннях мови, з одного боку, і поширенні специфічних регіональних практик (говірок, діалекту, соціолекту) – з іншого, безумовно є і позитивний досвід створення медійного тексту, що характеризується високим рівнем мовленнєвої поведінки. Важливою в контексті підвищення рівня масової мовленнєвої культури, на нашу думку, є підтримка високого рівня мови засобів масової інформації.

Ключові слова: масова мовленнєва культура, засоби масової інформації, традиційні медіа, телебачення.

Solomenko Lina, *Lecturer, Department of Television Journalism and Actor's Skills, Kyiv National University Culture and Arts*

Features of Modern Mass Media Influence on the Formation and Development of Mass Speech Culture

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of the development of mass broadcasting culture in the context of the specifics of modern mass media (the case study of television and print media). **Research methodology.** The methods of analysis and synthesis, the method of structuring, and the system method have been used to understand the peculiarities of mass media influence on the process of developing mass speech culture. The typological method enabled revealing the peculiarities of conventional and modern media in the context of the transformation of mass broadcasting culture. The abstract-logical method has contributed to the generalisation of the development trends of

© Соломенко Л. І., 2022

broadcasting culture and the role of mass media in their formation. **Scientific novelty.** The impact of modern mass media on the process of formation and development of mass broadcasting culture has been studied. The concepts of "speech culture" and "mass speech culture" have been clarified and supplemented. Typical for the beginning of the XXI century positive and negative trends in the influence of mass media on speech culture have been revealed. Peculiarities of the influence of the latest foreign language borrowings in the context of the specifics of the development of modern mass media have been considered. **Conclusions.** At the current stage, in relation to Ukrainian-language communication and verbal code, we can talk about the phenomena of mass culture at the level of psychological, political, etc. culture. Mass speech culture is formed as a certain popular way of communication used by the majority in society regardless of status and social roles in public and everyday communication. Mass media – traditional and new media – play an important role in this, as they are the ones who broadcast and reproduce the patterns of speech behaviour characteristic of modern society (for example, words, expressions, and speech phrases relevant to this socio-cultural space, quotes from characters, and speech memes). The study revealed that the influence of traditional mass media (television and print publications) on the formation of mass media culture at the present stage has increased due to the development of information and communication technologies, which has created the prerequisites for access unlimited by time and space parameters. Despite the presence of negative factors of the influence of traditional media on mass speech culture, due to changes in their system and functions as a result of globalisation processes, which is manifested in the appearance of a huge number of lexical borrowings, language simplifications on the one hand and the spread of specific regional practices (slang, dialect, sociolect), on the other hand, there is definitely a positive experience of creating a media text characterised by a high level of speech behaviour. Important in the context of raising the level of mass broadcasting culture, in our opinion, is the maintenance of a high level of the language of mass media.

Key words: mass broadcasting culture, mass media, traditional media, television.

Актуальність дослідження. Трансформаційні процеси, характерні для світового соціокультурного простору початку XXI ст., отримавши специфічний прояв в Україні, зумовили розвиток кількох протилежних тенденцій одночасно – орієнтування на технології і цінності західних суспільства та інтерес до власної культури, зумовлений потребою в національній самоідентифікації. Здійснивши вплив на всі галузі людської життєдіяльності та українську культуру загалом, означені тенденції відобразилися і на мовленнєвій культурі як складному взаємопов'язаному явищі, що складається з розмаїття форм мови та мовленнєвих практик.

На сучасному етапі мовленнєва культура людини є одним із головних орієнтирів у галузі освіти та культури, оскільки рівень сформованості мовленнєвої культури окремої людини значною мірою визначає її інтелектуальну, емоційну культуру та культурний стан соціуму загалом. На характер становлення мовленнєвої особистості людини впливає низка внутрішніх (біологічних і психологічних) та зовнішніх (соціальних) факторів. Одним із найвпливовіших зовнішніх чинників є засоби масової інформації. Мова сучасних традиційних медіа здійснює як позитивний, так і негативний вплив на розвиток мовленнєвої культури, що зумовлює актуальність нашої статті.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика формування та розвитку мовленнєвої культури крізь призму ЗМІ на сучасному етапі перебуває в полі наукових інтересів багатьох вітчизняних дослідників (І. Грицай, А. Гудманян, Л. Дротянко, Г. Євсєєва, В. Єгорова, С. Єрмоленко, О. Журавльова, Н. Зикун, Т. Нечаєнко, С. Сидоренко, М. Яцимірська та ін.). Предметом їх наукових праць стали, зокрема, питання мовленнєвої практики в культурлінгвістичному просторі мас-медіа [5], культури мови ЗМІ [4], мовних особливостей сучасних засобів масової інформації [1; 2], соціальних трансформацій культури мовлення в інформаційну добу [10] та ін. Проте багато аспектів означеного питання все ще лишається поза увагою дослідників, зокрема потребує ґрунтовного осмислення питання впливу сучасних засобів масової інформації на розвиток масової мовленнєвої культури.

Мета статті – виявити особливості розвитку масової мовленнєвої культури в контексті специфіки сучасних ЗМІ (на прикладі телебачення та друкованої преси).

Виклад основного матеріалу. Мова є найважливішим засобом спілкування між людьми, вираження думок і почуттів, основним механізмом засвоєння нової інформації та формування знань. Мова формує картину світу, яка відображає систему цінностей та культуру народу, визначає способи взаємодії зі світом, національний характер, тип людських стосунків та ставлення людини до світу, включає в себе особливий, відмінний від інших мов унікальний спосіб сприйняття і концептуалізації світу. Щоб ефективно впливати на свідомість та емоції людей, потрібно досконало знати мову та володіти культурою мовлення.

Мовлення є самостійною діяльністю, засобом якої мова себе виражає. Мовлення та спілкування, а також культура певного шару суспільства тою чи іншою мірою знаходить в ньому своє відображення. Якщо мова слугує спілкуванню і сприяє вираженню засобами дискретних символів індивідуального сприйняття світу, то мовлення є практичним застосуванням мови; це мова в динаміці, яка проявляється як послідовність використаних засобів комунікації. Культура як соціальне явище являє собою сукупність матеріальних та духовних цінностей, які сформувала група людей, є продуктом суспільної діяльності: вона має історичну ґенезу та відіграє важливу роль у формуванні особистості. Кожне з понять «мова», «мовлення» та «культура» призвело до виникнення нових визначень, нових галузей науки, що отримали назву «мовна культура» і «мовленнєва культура» завдяки безпосередній взаємодії в процесі розвитку суспільства й мови. Високий рівень мовленнєвої культури передбачає знання умов ефективного мовленнєвого спілкування, основних аспектів культури мови, вміння аналізувати мовленнєву ситуацію, переходити з одного функціонального стилю на інший, відсутність зловживання іншомовною лексикою, доцільне використання позалітературної лексики та ін.

Поняття «масова мовленнєва культура» розуміють як стандарти мовленнєвого спілкування, які використовує більшість людей, незалежно від статусу та соціальної ролі в публічному спілкуванні та повсякденному житті. Проблема впливу мови на людини, її спосіб мислення та поведінку сьогодні безпосередньо пов'язана із засобами масової інформації. На думку дослідників, саме в мас-медіа найбільш відчутно проявляється функція впливу. Отже, способи використання та виражальна сила сучасних засобів масової інформації здійснюють суттєвий вплив на мовленнєву культуру [9, 89].

У системі традиційних ЗМІ – так званих традиційних медіа – значну роль відіграють радіо, телебачення та друкована преса, основною метою яких є впливати на суспільні маси та спонукати їх до певної дії. Засоби масової інформації публікують матеріали на різноманітну тематику: соціальну, культурну, політичну, економічну й ін. У зв'язку з тим, що інформаційний вимір охоплює різноманітні сфери життєдіяльності людини, виникає інтерес до мовленнєвої передачі інформації.

Інформуючи людину про стан світу та заповнюючи її дозвілля, засоби масової інформації здійснюють вплив на весь устрій її мислення, стиль світосприйняття, тип культури сьогодення. Інтегральним результатом діяльності медіа як комунікативної системи повинно бути створюваний ним єдиний інформаційний простір, який виникає тоді, коли засоби масової інформації допомагають членам суспільства спілкуватися, взаємодіяти один з одним, щоб організовано брати участь в різноманітних видах соціальної діяльності.

Найбільш дієвим засобом впливу на людину серед традиційних медіа вважають телебачення, ефект якого багато в чому заснований на його характеристиках, серед яких назвемо: підвищене навантаження в процесі створення, збереження та поширення інформації; популярність у глобальному світі завдяки проникненню віртуальності та реальності, а також інтегративній мовленнєвій культурі; домінування в сучасному телевізійному дискурсі розважальної, гедоністичної, релаксаційної, компенсаторної та ескапічної функцій; створення і транслювання певних культурних кодів; видовищність, сугестивність та маніпулятивність телевізійного дискурсу; комунікативна взаємозворотність; взаємозумовленість впливу сучасної лінгвокультурної ситуації на мовленнєву культуру телебачення, з одного боку, та вплив телебачення на мовленнєву свідомість і мовленнєву культуру телевізійної аудиторії – з іншого.

Телебачення є частиною людського життя, воно впливає на глядачів у різних аспектах, зокрема й щодо розвитку мовленнєвої культури, що особливо стосується молодого покоління. Якщо століття тому, коли телебачення ще не отримало настільки значного поширення, важливу роль в соціальному розвитку дітей та підлітків відігравала родина, коло друзів та викладачі, які були своєрідними взірцями для наслідування, наразі саме телебаченню належить неабияка роль у процесі соціалізації молодого покоління, формування поведінкового патерну та культури мовлення.

Телебачення активно використовує найдавніший спосіб людського спілкування, безпосереднього звернення один до одного, тобто мовленнєвий вплив, адже мовлення – це один із видів комунікативної діяльності людини – використання засобів мови для спілкування з іншими членами мовного колективу; мовленнєва діяльність та її результат – мовленнєві твори, зафіксовані в

пам'яті або письмові. Саме усне телевізійне слово може сприяти розвитку та зростанню людини як особистості, активно впливати на смаки, погляди, світогляд людини, формулювати орієнтири, духовні, моральні та культурні цінності, створювати громадську думку та ін. Мовлення уможливлює основне публіцистичне трактування фактів та подій в телевізійних програмах та полегшує процес сприйняття і аналізу інформації, а також формулювання висновків для глядача. Аудиторія таких традиційних медіа, як радіо та телебачення визначає особливі умови до мовленнєвої поведінки диктора, ведучого або журналіста, потребує володіння грамотним та образним мовленням, оскільки культура спілкування багато в чому визначається культурою мовлення.

Відповідно до «експериментальної теорії навчання», будь-який індивід, який дивиться на чиїсь дії по телебаченню, вважаючи їх взірцем для наслідування, може змінити власну поведінку, знання, бажання та цінності. Це саме стосується і формування мовленнєвої культури. На думку дослідників, мова, яку використовують на телебаченні, являє собою зріз загальновживаної мови і відображає певну частину мови, як реклама, закон або наука [7, 66], є «розділом загальної мови» [11, 62]. С. Озсой стверджує, що телевізійна мова, яку використовують для передачі цілей та змісту новин, подій або художніх програм, опосередковано впливає на те, як глядач використовує мову в подібних ситуаціях [12, 81].

Завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, популяризації гаджетів та мобільних застосунків глядач отримав необмежений доступ до телеефіру в будь-якому місці та в будь-який час, що відповідно суттєво посилило вплив телебачення на розмовну мову, більше того, зробило мову ЗМІ «буденною розмовною мовою» [13, 198]. Дослідники наголошують, що, оскільки мову телебачення сучасна людина пізнає практично від народження, вона схильна брати за взірець мовлення телеперсонажа (ведучого, тележурналіста, персонажа телефільму або телесеріалу), яке визначає його специфічний образ [8, 390]. У цьому контексті помилки, зокрема у вживанні іншомовних слів або у вимові, телеперсонажа чи ведучого негативно впливають на культуру мовлення. З іншого боку, на думку Д. Аксана, телебачення доступне скрізь, стирає вплив діалектів та акцентів на загальноприйняту мову [6, 13].

Дослідники виділяють такі характерні особливості масової мовленнєвої культури:

- кількісне та якісне ускладнення сфер мовленнєвої комунікації, у яких розвиваються нові види тексту та діалогічних форм;
- різноманіття норм мовленнєвої поведінки окремих соціальних груп, які властиві сучасній мовленнєвій комунікації, що знаходить відображення в мовленнєвій дійсності засобів масової інформації;
- демократизація публіцистичного стилю та розширення нормативних кордонів мови масової комунікації;
- американізація мови засобів масової інформації;
- наслідування мовленнєвій мові [1].

Телебачення є аудіовізуальним засобом масової інформації, у якому слово використовують у поєднанні із зображенням. При цьому союз двох головних знакових систем забезпечує найкращі комунікативні можливості. Функцією телебачення є візуалізація фактів та подій, зовнішня картинка, кадр має особливе значення, тому в процесі її створення важливо використовувати всі види мовленнєвої діяльності – письмову та усну. Оскільки теленовина повинна бути зрозумілою і легкою для сприйняття настільки, щоб людина будь-якої соціальної категорії могла її переказати будь-кому, це зумовлює певні вимоги до вибору мовленнєвих засобів: заборона канцеляризмів, жаргонізмів та використання засобів художньої виразності мови, коротких синтаксичних одиниць, логічна побудова висловлювання. Водночас, оскільки особливості телевізійного мовлення, безпосереднє звернення ведучого або журналіста до глядача диктують стиль розмовної мови, важливо зберегти межі, що відділяють розмовне слово від сленгу або просторіччя, а простоту вираження думки – від примітивного викладення з використанням зниженої лексики.

Однією з характерних тенденцій сучасної мовленнєвої культури, яка призводить до втрати мовної унікальності, є поява величезної кількості англіцизмів, що, на думку дослідників, зумовлено таким культурологічним, соціальним та соціолінгвістичним явищем, як мовна мода [3, 44]. Незважаючи на те, що запозичення доречні лише у випадку відсутності в мові власного лексичного засобу, останні роки все активніше простежуємо випадки невмотивованого застосування іншомовної лексики, особливо в засобах масової інформації та рекламі.

Дослідники пояснюють інтенсивність подібних запозичень відкритістю споживчого ринку товарам іноземного виробництва з

іншомовними (англійськими) назвами і відповідно їх рекламуванням у телеефірі [3, 46]. Так, вважають науковці, поступово іншомовні слова стали невід'ємною частиною сучасного медійного дискурсу. Наприклад, типовими для інформаційно-аналітичних програм провідних українських загальнонаціональних каналів телебачення є такі іноземні запозичення, як: фейкові новини, ньюсмейкер, мем, ентертейтмент, блеклист, паркінг, коворкінг, драйв, девелопер, мейнстрим, кешбек, лізинґ, стартап, кластер, бебі-бум, дедлайн та ін.

Іноземні запозичення не можуть викликати в українськомовних людей жодних асоціативних образів, оскільки вони не представлені в колективному культурному коді народу, не відображають ані спосіб сприйняття світу, ані ставлення до світу, ані систему цінностей. На противагу їм, слова української мови є словами-стимулами, як викликають цілу мережу асоціативних образів, які представлені в колективному культурному коді, типовому для свідомості носія української культури, що відображають культурні стереотипи, уявлення про світ, добро, зло та ін., які легко, інтуїтивно розпізнають носії мови.

Вітчизняні дослідники зауважують, що новітні іншомовні запозичення, відповідно до тенденцій глобалізації, невдовзі увійдуть до складу української літературної мови, та наголошують на важливості керування таким «процесом надходження», зверненні уваги на «мовну традицію та стилістичні особливості рідної мови» [3, 46], оскільки небезпека іншомовних запозичень полягає в розмаїтті інтерпретацій.

Періодична преса – найбільш традиційний різновид мас-медіа, який, хоча й позбавлений таких переваг телебачення, як наявність картинки, ілюзія «живого» спілкування, використання паралінгвістичних засобів, широкі можливості для формування іміджу диктора, ведучого або журналіста (від зовнішнього вигляду до манери поведінки), і на сучасному етапі лишається одним із важливих засобів масової інформації, наділеним значним потенціалом впливу на людину (читача) та різноманітні аспекти життя суспільства. Орієнтація тексту на комунікативний процес акцентує на його прагматиці. Такий аналіз охоплює прагматичні характеристики як самого мовленнєвого твору, так і його автора, знаменуючи діалектичний перехід від вивчення мовленнєвої діяльності людини до висновків про його діяльність у широкому сенсі. Процес комунікації передбачає врахування попередньої зумовленості авторського вибору тих чи інших засобів вираження, вибору сенсової структури тексту з його видовою та жанровою цілеустановкою. Вибір цих засобів загалом зумовлений умовами та потребами реальної комунікації. Специфіка впливу друкованого слова на аудиторію визначається, зокрема, і його тривалістю. Мова друкованих видань зазнає значних трансформацій. Перепонами для вільного розвитку виражальних стилів сучасної української мови наразі є:

- надмірне поширення використання шаблонної, канцелярської мови, з характерними штампованими формулами й конструкціями;
- проникнення вульгарної та фамільярної розмовної мови;
- необґрунтоване використання іншомовної лексики.

Водночас варто відмітити низку друкованих видань, які дотримуються чистоти української мови (наприклад «Літературна Україна» та ін.). У полі культури традиційних ЗМІ спостерігається, з одного боку, постійне протиставлення традиціоналістського віртуального модусу мовленнєвої культури та його відображення в дзеркалі масової культури, які зазвичай приховують істотні відмінності у світовідчутті, світогляді, світобаченні великих мас людей, а з іншого боку, з погляду формальної визначеності перманентний обмінний процес, зміщення, дифузія надзвичайно відмінних за соціолінгвістичними якостями вербальних класичних та постмодерністських ресурсів, тобто літературної та розмовної мови.

Наукова новизна статті. Досліджено вплив сучасних ЗМІ на процес формування та розвитку масової мовленнєвої культури; уточнено та доповнено зміст понять «мовленнєва культура» та «масова мовленнєва культура»; виявлено характерні для початку XXI ст. позитивні й негативні тенденції впливу засобів масової інформації на мовленнєву культуру; визначено особливості впливу новітніх іншомовних запозичень у контексті специфіки розвитку сучасних ЗМІ.

Висновки. На теперішньому етапі розвитку україномовної комунікації та вербального коду можна говорити про явища масової культури на рівні культури психологічної, політичної та ін. Масова мовленнєва культура формується як певний популярний спосіб комунікації, що використовує більшість у суспільстві

незалежно від статусу та соціальних ролей у публічному та побутовому спілкуванні. Важливу роль у цьому виконують засоби масової інформації – традиційні та нові медіа, оскільки саме вони транслюють і тиражують характерні для сучасного суспільства взірці мовленнєвої поведінки (наприклад актуальні для цього соціокультурного простору слова, вирази та мовленнєві звороти, цитати персонажів, мовленнєві меми й ін.).

Дослідження дало змогу виявити, що вплив на формування масової мовленнєвої культури традиційних засобів масової інформації (телебачення та друкованих видань) на сучасному етапі посилився завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що створило передумови для необмеженого за часом і простором доступу.

Незважаючи на наявність негативних факторів впливу традиційних медіа на масову мовленнєву культуру, зумовлених змінами їх системи та функцій унаслідок глобалізаційних процесів, що проявляється в появі величезної кількості лексичних запозичень, спрощеннях мови, з одного боку, і поширенні специфічних регіональних практик (говірок, діалекту, соціолекту) – з іншого, безумовно, є і позитивний досвід поширення медійного тексту, що характеризується високим рівнем мовленнєвої поведінки. Важливо для підвищення рівня масової мовленнєвої культури, на нашу думку, підтримувати високий рівень культури мовлення засобів масової інформації.

Література

1. Грицай І. С. Засоби масової інформації як окремий підстиль публіцистичного стилю. *Achievement of high school 2013:* материали за 9-а международна научна конференция. 17–25 November 2013. София : Бял ГРАД-БГ ООД. Т. 27.Филологични науки. 112 с.

2. Грицай І. С. Мовні особливості сучасних засобів масової інформації. *Materialy Miedzynarodowej aukowi Praktycznej Konferencji Rozwoj nauk humanistycznych. Problemy Iperspektywy.* Katowice, 2012. С. 38–40.

3. Дьолог О. С. Лексичні англіцизми як особливість сучасної мовної моди. *Закарпатські філологічні студії.* 2020. Вип. 13 (1). С. 43–47.

4. Зикун Н. І. Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіатекстів. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки.* 2012. Вип. 31. С. 63–66.

5. Нечаєнко Т. В. Мовленнєва практика у постмодерному культурлінгвістичному просторі мас-медіа. *Питання культурології.* 2021. № 37. С. 181–190. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236019.

6. Aksan D. *Turkish language in Turkey, from the past to presentand to the future* (ed. 4). Ankara : Bilgi Publishing, 2005.

7. Gocen G., Okur A. The effects of TV on speech education. *Educational Research and Reviews.* 2013. Vol. 8 (2). Pp. 63–68.

8. Göneç Ö., Gönenç A. Y. The effects of TV on children. *Millenium Child. Commmun :* 1 Int. Child. Commun. Conf. İstanbul: İstanbul University Faculty of Communication Publishing. 2004. Pp. 389–396.

9. Grujić T., Ivanić I., Jašović P. Media influence on speech culture of students – future teachers. *eLearning and Software for Education (eLSE) :* Conference proceedings. 2016. Iss. 2. Pp. 88–94.

10. Gudmanian A., Drotianko L., Sydorenko S., Zhuravliova O., Yahodzinskyi S. Social transformations of speech culture in information age. *Web of Conferences.* 2019. Vol. 135. DOI: https://doi.org/ 10.1051/e3sconf/201913503081.

11. Kocaman A. Dimensions of language use in mass communicative tools. *Use of Turkish language in radio and TVbroadcast notifications*. Ankara : Turkey Radio and Television Corporation, 1998. Pp. 59–64.

12. Özsoy S. Standard language and mass communicative tools. *Use of Turkish language in radio and TV broadcast notifications.* Ankara : Turkey Radio and Television Corporation, 1998. Pp. 81–85.

13. Tandaçgüneş N. TV with the cultural alienation of childhood: An example on language comprehension in elementary school. *Millenium Child. Commmun :* 1 Int. Child. Commun. Conf. İstanbul : İstanbul University Faculty of Communication Publishing, 2008. Pp. 197–211.

References

1. Hrytsai, I. S. (2013). Mass media as a separate sub-style of journalistic style. Materials for the 9th international scientific conference "Achievement of high school 2013", November 17–25, 2013. Sofia: Byal GRAD-BG OOD, 27: Philological sciences, 112 [in Ukraine].

2. Hrytsai, I. S. (2012). Linguistic features of modern mass media. Materialy Miedzynarodowej Naukowi Praktycznej Konferencji Rozwoj nauk humanistycznych. Problems and perspectives. Katowice, 38–40 [in Ukraine].

3. Dyolog, O. S. (2020). Lexical anglicisms as a feature of modern language fashion. Transcarpathian Philological Studies. 13 (1), 43–47 [in Ukraine].

4. Zykun, N. I. (2012). Media language culture and the level of trust in media texts. Scientific works of Kamianets-Podilskyi National University named after Ivan Ohienko. Philological Sciences, 31, 63–66 [in Ukraine].

5. Nechayenko, T. V. (2021). Speech practice in the postmodern cultural-linguistic space of the mass media. Issues of cultural studies, 37, 181–190 [in Ukraine].

6. Aksan, D. (2005). Turkish language in Turkey, from the past to presentand to the future (ed. 4). Ankara: Bilgi Publishing [in Turkish].

7. Gocen, G., Okur, A. (2013). The effects of TV on speech education. Educational Research and

Reviews, 8 (2), 63–68 [in English].

8. Göneç, Ö., Gönenç, A. Y. (2004). The effects of TV on children. 1 Int. Child. Commun. Conf. "Millenium Child. Commmun". İstanbul: İstanbul University Faculty of Communication Publishing, 389–396 [In Turkish].

9. Grujić, T., Ivanić, I., Jašović, P. (2016). Media influence on speech culture of students – future teachers. Conference proceedings of "eLearning and Software for Education" (eLSE), 2, 88–94 [in English].

10. Gudmanian, A., Drotianko, L., Sydorenko, S., Zhuravliova, O., Yahodzinskyi, S. (2019). Social transformations of speech culture in information age. Web of Conferences, 135. DOI: https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913503081 [in English].

11. Kocaman, A. (1998). Dimensions of language use in mass communicative tools. In Use of Turkish language in radio and TVbroadcast notifications. Ankara: Turkey Radio and Television Corporation, 59–64 [in Turkish].

12. Özsoy, S. (1998). Standard language and mass communicative tools. In Use of Turkish language in radio and TV broadcast notifications. Ankara: Turkey Radio and Television Corporation, 81–85 [in Turkish].

13. Tandaçgüneş, N. (2004). TV with the cultural alienation of childhood: An example on language comprehension in elementary school. 1 Int. Child. Commun. Conf. "Millenium Child. Commmun". İstanbul: İstanbul University Faculty of Communication Publishing, 197–211 [in Turkish].

Стаття надійшла до редакції 04.10.2022
Отримано після доопрацювання 08.11.2022
Прийнято до друку 15.11.2022

УДК 947.084.2/3(477)
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270545

Цитування:
Водяхін Є. В. Міфологізація української драматургії в радянську добу (1920-ті рр.) як спосіб інституалізації театру. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 49–54.

Vodiakhin Ye. (2022). Mythologizing of Ukrainian Drama during the Soviet Era (1920s) as a Way of Theatre Institutionalising. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 49–54 [in Ukrainian].

Водяхін Єгор Владиславович,
аспірант Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-3232-8241
vodyakhine@gmail.com

МІФОЛОГІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДРАМАТУРГІЇ В РАДЯНСЬКУ ДОБУ (1920-ті рр.) ЯК СПОСІБ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ ТЕАТРУ

Мета роботи – виявити особливості міфологізації української драматургії на початку радянської доби (1920-ті рр.). **Методологія дослідження** полягає в застосуванні низки методів: аналітичного – для осмислення літератури за темою статті; міждисциплінарного – з метою всебічного вивчення фактологічного матеріалу та набуття нових знань; системного з використання цілого спектру методів (біографічного, семіотичного, культурологічного, герменевтичного, історичного, теоретичного узагальнення) – задля досягнення мети дослідження. **Наукова новизна.** Уперше системно вивчено взаємну пов'язаність міфологізації та розвитку української драматургії як засобу інституалізації театру протягом початку радянської доби. **Висновки**. Доведено, що міфом у театральній сфері може бути будь-яке повідомлення мовою драматургії у зв'язку з тим, що міф сам по собі не має субстанціональних кордонів. Це безпосередньо зумовлено тим, що міф являє собою феномен, вбудований у первинну знакову систему, тобто в натуральну мову театру. До характеристик міфу в драматургії можна віднести: інтенціональність, натуралізованість, агресивність, формальність, історичність. Міф у театральній сфері має імперативний, спонукальний характер; він нав'язує власну агресивну, мотивуючу двосенсовість. Театральний міф і символ радянської влади, виплеканий в Україні у 1920-ті роки, дав змогу створити унікальний театральний організм, який робив мистецтво масовим (у позитивному сенсі). Можна стверджувати, що прагнення до ідеалу, створеного новою владою, з одного боку, і його дискредитація – з іншого, стали тими тенденціями, зіткнення яких і створило феномен «український радянський театр». Загалом логіка міфологізації театрального життя була пов'язана з низкою ключових взаємозв'язків: міф – трансформація сенсу у форму – заміна мови міфом.

Ключові слова: театр, міф, міфологізація, маніпуляція, ідеологія, радянська влада.

Vodiakhin Yehor, *Graduate Student, National Academy of Culture and Arts Management*

Mythologizing of Ukrainian Drama during the Soviet Era (1920s) as a Way of Theatre Institutionalising

The purpose of the work is to reveal the peculiarities of the Ukrainian drama mythologizing at the beginning of the Soviet era (1920s). **The research methodology** consists in the application of a number of methods: analytical to understand the literature on the topic of the article; interdisciplinary – to comprehensively study factual material and acquire new knowledge; systematic with the use of a range of methods (biographical, semiotic, cultural, hermeneutic, historical, and theoretical generalisation) – to comprehend the stated purpose of the research. **Scientific novelty**. For the first time, the interrelationship of mythologizing and the development of Ukrainian drama as a means of theatre institutionalising in the beginning of the Soviet era is systematically studied. **Conclusions**. The publication proves the statement: A myth in the theatrical sphere can be any message in the language of drama due to the fact that the myth itself has no substantial boundaries. This is directly related to the fact that the myth is a phenomenon embedded in the primary sign system, that is, in the natural language of the theatre. The characteristics of a myth in drama include intentionality, naturalisation, aggressiveness, formality, and historicity. Myth in the theatrical sphere has an imperative, motivating character. It imposes its own aggressive, motivatingambiguity. A theatrical myth and symbol of the Soviet government, nurtured in Ukraine in the 20s of the 20th century, enabled the creation of a unique theatrical organism that made art popular (in a positive sense). It can be argued that the striving for the ideal created by the new government, on the one hand, and its discrediting, on the other hand, became the tendencies, the collision of which created the phenomenon of the «Ukrainian Soviet theatre». In general, the logic of mythologizing theatrical life was connected with a number of key interrelationships: myth – transformation of meaning into form – replacement of language with myth.

Key words: theatre, myth, mythologizing, manipulation, ideology, Soviet regime.

© Водяхін Є. В., 2022

Актуальність теми дослідження. Міфологізація символів в українському театрі радянської доби є новим і актуальним питанням для сучасної культурологічної науки.

Політика радянської влади в Україні в контексті підтримки театральної сфери спочатку відзначалася активним пошуком інституціональної бази для формування «нової особистості». При цьому лишався визначений простір для вираження свободи творчості митців. Водночас драматургія розглядалася як потужний засіб забезпечення культурних досягнень нової влади. Загалом 1920-ті роки для радянського театру в Україні були епохою новаторських творчих пошуків і надій на продовження мистецької громадської революції. У цей час у межах театрального мистецтва сформувалися передові авангардні артистично-творчі моделі, що ознаменували формування нових рішень у драматургії. Означене супроводжувалося трендом до міфологізації мистецтва театру. Викладене вище визначило актуальність теми нашої публікації. У контексті згаданого питання розвиток українського театрального мистецтва в перші десятиліття радянської влади доцільно розглядати, зокрема, крізь призму двох чинників: міфологізацію і частково пов’язану з нею ідеологізацію маніпулятивного характеру.

Аналіз досліджень і публікацій. Історія театрального мистецтва в нашій країн знайшла своє відображення в багатьох працях. Серед монографій з означеної теми слід вказати розвідки Г. Веселовської «Український театральний авангард» [1], М. Гринишиної «Синтетичний театр» [2] і «Театральна культура рубежу XIX–XX століть: Реалізм. Дискурс» [3], О. Клековкіна «THEATRICA: Лексикон» [4], О. Красильникової «Історія українського театру XX сторіччя» [5], А. Лягущенка «Український театр. Видатні діячі та менеджмент» [6]. Серед колективних праць із вказаної теми слід назвати «Нариси з історії театрального мистецтва України XX століття» (2006) [7], а серед антологій з проблематики драматургії – «Український театр XX століття: Антологія вистав» (2012) [8]. Водночас для більш системного реконструювання культурних явищ, пов’язаних з українською драматургією першої третини XX століття, дослідникові слід поглиблювати розвідки означеного питання, звертаючись до раніше не вивчених питань, зокрема пов’язаних з міфологемами й міфологізацією.

Мета дослідження. Стаття присвячена систематизації та узагальненню відомостей щодо міфологізації української драматургії упродовж 1920-х років.

Виклад основного матеріалу. Перша третина XX століття пов'язана із глобальними змінами не тільки в матеріальній сфері життя, але насамперед у сфері людського духу. Це час, коли були піддані критиці та переоцінці найбільш стійкі моральні й естетичні цінності людства. Повною мірою вказане стосувалося і театрального мистецтва. Упродовж 1920-х років, коли радянська влада переживала час ідейно-політичного становлення, популярною була концепція перевиховання особистості, трансформації свідомості, формування нового громадянина. У такий спосіб змодельований театр мав бути державним, суспільна думка щодо нього – єдино визначеною, а глядач – свідомо організованим.

Одним із перших заходів більшовиків після їх приходу до влади внаслідок перевороту в Петрограді у сфері перетворення духовного життя суспільства й формування «нової пролетарської культури» став Декрет Ради народних комісарів від 20 січня 1918 року «Про свободу совісті, церковні і релігійні громади». Наступним заходом стала реформа старого календаря, яка не лише робила більш зручним міжнародне співробітництво, але й мала важливе політичне значення, оскільки була спрямована на повне усунення традицій, на які спиралися інститут самодержавства й церкви. Звичайно, ці тенденції супроводжувалися як досить масштабними маніпуляціями свідомістю, так міфотворенням і міфологізацією.

Трактування маніпулятивних методів у контексті проблематики нашого дослідження доцільно здійснювати в розрізі саме масових маніпуляцій. Способи масових маніпуляцій у цьому випадку досить різні. Принципи маніпулювання в масах будуються на основі позиціонування одного із членів групи як лідера й на несвідомому підпорядкуванні інших учасників групи. Характер підпорядкування складається відповідно до усталених історичних передумов устрою психіки. Тобто сам маніпулятор свідомо створює певний конфлікт для опосередкованої групи, а заодно висуває певні вимоги, при виконанні яких ця невротична залежність (тривожність) знімається, а в індивідів, об’єднаних у масу, відновлюється психічне здоров'я. Фактично це не що інше, як приклад маніпуляції.

Приклади використання сугестивних методик маніпулювання великими групами людей поряд зі своєю достатньо частою

поширеністю демонструють і допустимість подібного впливу, і його ефективність. При цьому в індивідів, що зібралися в яку-небудь масу, уже фактично немає способу уникнути маніпулювання собою, оскільки, перебуваючи в масі, індивіди мимоволі вже змушені підкорятися «ефектам юрби». Отже, індивідуальність у цьому випадку не тільки недоречна, але й фактично зникає. Як писав видатний дослідник цього питання Г. Лебон: «Найбільш вражаючий факт, що спостерігається в юрбі: які б не були індивіди, котрі формують її, який би не був їхній спосіб життя, заняття, їх характер або розум, одного їх перетворення на юрбу достатньо для того, щоб у них утворювався рід колективної душі, що змушує їх почувати, думати й діяти зовсім по-іншому, ніж думав би, діяв і почував кожний з них окремо. Існують такі ідеї та почуття, які виникають і перетворюються в дії лише в індивідів, котрі формують юрбу. <...> Юрба являє собою тимчасовий організм, що утворювався з різнорідних елементів, що на одну мить з'єдналися разом, подібно тому як з'єднуються клітини, які входять до складу живого тіла й утворюють за допомогою цього з'єднання нову істоту, котра володіє властивостями, що відрізняються від тих, які має кожна клітина окремо» [11, 55].

Вірогідно, маса вже апріорі схильна до впливу маніпуляцій унаслідок того, що за своїм інтелектуальним потенціалом зібрання в одному місці навіть високоінтелектуальних індивідів (сформованих у юрбу) є набагато ближчим до психіки первісних людей. Г. Лебон переконаний: «рішення, що стосуються спільних інтересів, прийняті зборами навіть знаменитих людей у сфері різних спеціальностей, мало все-таки відрізняються від рішень, прийнятих зборами дурнів, оскільки й у тому та в іншому випадках з'єднуються не які-небудь видатні якості, а тільки пересічні, що зустрічаються в усіх. У юрбі може відбуватися нагромадження тільки дурості, а не розуму» [11, 58].

Крім того, слід враховувати, що більшість якого-небудь маніпулятивного впливу будується на свідомому створенні в індивідів відповідних невротичних установок і наступному знятті подібного роду залежностей за допомогою виконання індивідами умов, що нав'язують їм. Тобто які-небудь маніпуляції стають можливі вже відповідно до невротичності самого часу. У юрбі невроз окремих індивідів передається один одному за допомогою наростання колективного збудження, і запускається механізм маніпуляцій над нею: вирішення завдань і виконання вимог, поставлених маніпулятором.

Маніпулятивні методи, технології та механізми впливу переслідують єдину мету – підпорядкування волі об’єкта маніпуляцій їх суб’єктові. При цьому зазначений вплив, як правило, здійснюється непрямим чином, приховано. Звісно, жертва маніпуляцій може здогадуватися про нечесний, невідвертий спосіб поведінки маніпулятора, і в неї може бути вибір – піддатися цьому впливу або рішуче уникнути його. Безсумнівно, маніпулятивні методи характерні для всіх недемократичних режимів. Винятком не став і більшовицький режим у перше десятиліття існування СРСР. Насамперед це стосувалося його політики у сфері розвитку культури, невід’ємною складовою якої був театр.

Оскільки в межах радянських масових заходів завжди відбувалося колективне збудження, у результаті окремі індивіди ставали менш стійкими до певних впливів. Унаслідок розвитку безвідповідальності формувалися бажання, при здійсненні яких-небудь вчинків більше керувалися емоціями й негайними бажаннями, ніж принципами здорового тестування реальності. Говорячи про безвідповідальність об’єктів маніпуляцій, розуміємо при цьому відсутність критичного мислення переважної більшості населення того часу стосовно справжніх цілей більшовицької політики.

Як підвищене емоційне збудження окремих індивідів поступово захоплює всю юрбу, так і наростає загальне колективне збудження – у групах, масах. Водночас в окремих індивідів це саме колективне збудження пригнічує індивідуальні поведінкові механізми й служить утворенню нових, можливо, і не властивих їм раніше форм поведінки, зміні звичок, вимог, висунутих до них як до особистостей, що вже говорити про загальне зниження порогу цензури власної психіки й усунення критичності щодо інформації, яка надходить ззовні. Викладене вище значно підвищувало схильність цих індивідів (і маси загалом) до сугестивних впливів. Саме тому на масових радянських заходах, зокрема у сфері театрального мистецтва, так заохочували «ейфорію трудящих мас» – це сприяло ефективності ідеологічної обробки населення комуністичними агітаторами.

Отже, радянська ідеологія формувала певні міфи, що актуалізує їх дослідження. Одним із авторів концепції взаємодії міфу й мови був Ролан Барт, котрий належав до

некласичної, постмодерністської школи філософської думки. Міф як центральне поняття в ранньому періоді його дослідницького шляху був звернений не до світу як об'єктивного явища, а до людини, до її суб'єктивного сприйняття. Проблеми методології розуміння культури (у значенні безкрайнього простору змістів) виходять на перший план, затьмарюючи онтологічні питання.

Відповідно до теорії Р. Барта, міфом може бути все, що проходить через людське сприйняття. Однак слід зробити одне важливе зауваження: міфом «не може бути ні річ, ані поняття або ідея; це форма, спосіб позначення» [9, 265]. Такий спосіб позначення не має субстанціональних кордонів, однак жорстко укладений у формальні межі. Міф – це повідомлення, і він завжди спрямований на об'єкт. У концепції Р. Барта міф є невід'ємною частиною ідеології. Міф Ролана Барта псує світ, затьмарює його безоднею змістів. При цьому вагома небезпека міфологічного криється в його спроможності натуралізувати речі суто історичні, позбавляти їх ставлення до людини, знищувати ідею їх тимчасовості. Міф, заглиблюючись усе глибше у свідомість і сприйняття, прагне надати собі значення чогось безпечного й чистого, а також такого, що має позачасову й надлюдську природу навіть у процесі свого зародження [9, 10].

У теорії Р. Барта міф деполітизований, і, не будучи результатом людської діяльності, повідомляє культурне співтовариство про ідеальні моделі існування. Міф, проходячи через тканину соціального життя, закріплюється в індивідуальному досвіді й раз за разом відтворює себе у свідомості людини. Як стверджує науковець, «мета міфів – це знерухомлення світу; міфи наздоганяють людину завжди й усюди, відсилають її до того нерухливого прототипу, який не дає їй змогу жити своїм життям, не дає вільно зітхнути, немов паразит, що засів усередині організму, й окреслює тісні межі діяльності людини, де їй дозволено мучитися, не намагаючись хоч якось змінити світ» [10, 126]. Міф виникає тоді, коли міфологічне значення слова починають сприймати як природне, само собою зрозуміле, історично значиме.

За Р. Бартом, у міфі виявляємо семіологічну систему зі своєю специфікою, а саме: вона надбудовується над первинною мовною системою або мовою-об'єктом. Науковець вказує: «Знак (тобто результат асоціації, концепту й акустичного образу) першої системи стає всього лише означальним у другій системі... матеріальні носії міфічного повідомлення, ... як тільки … стають складовою частиною міфу, зводяться до функції означування, усі вони являють собою лише вихідний матеріал для побудови міфу» [9, 270]. У такий спосіб Р. Барт називає міф метамовою, оскільки шляхом нього відбувається опис первинної системи.

Відповідно до вказаної та інших концепцій міфу, під міфологізацією слід розуміти низку системних компонентів. Насамперед це посилення ролі міфу як теми художньої творчості й інтелектуального дискурсу. Інтерес до міфу був завжди; міф використовували як значний приклад для мас з метою впливу на свідомість і як елемент виховання. Водночас міф виступає і в значенні результату колективної творчості. Саме в першій третині XX століття, як ніколи раніше, посилюються синтетичні тенденції як у мистецтві, так й у сфері інтелектуальної творчості. І, зрештою, міф є релігійним продуктом, який часом інтерпретують як божественне одкровення.

Переходячи безпосередньо до міфологізації в театральній сфері, зазначимо, що радянський театр у нашій країні пов'язаний не лише з формуванням, розвитком, спробою зміни театрального укладу, але й зі створенням специфічного театрального міфу. Радянська епоха містить у собі пролог та епілог радянського театру, у подіях яких містилися варіанти розвитку. Водночас радянський театр передавав не лише дух, але й міфологію та символіку соціалістичної епохи.

Прагнення влади зробити мистецтво театру доступним було продиктоване не партійними установками, а історично усталеними умовами: потреба у видовищі була (причини: бурхлива індустріалізація в радянській Україні, міграція сільського населення в місто тощо), а реальних способів її задоволення (і з боку театрів, і за рівнем підготовленості глядача) не було. За підсумками розвитку українського театру в 1920-х роках стає зрозумілим, що основна відмінність між інтелігентним глядачем і глядачем з народу полягає в тому, що перший вбачав у театрі насамперед джерело естетичної насолоди, а другий шукав там задоволення свого морального почуття і тому, як правило, байдужий до тонкощів виконання та обстановки спектаклю, іншими словами, до всього, крім самої дії. Позиція глядача ставала вирішальною для визначення успішності

діяльності колективу. Саме потреби глядача, які влада розуміла по-своєму, сформували радянську театральну модель. Можна сказати, що контроль над репертуаром, уведення планових показників, прагнення зробити театри самоокупними тощо як частина держполітики в той час були пов'язані з покладеною на театр просвітницькою функцією.

На думку радянських ідеологів, котрі формували комуністичний міф і символіку, театр можна було змоделювати. Отже, новий, змодельований театр повинен бути державним, суспільна думка довкола нього (критика) повинна бути єдино правильною, а глядач – свідомо організований. У контексті впливу нової міфології на характер радянської театральної культури варто наголосити на тому, що більшовицький режим під час культивування «нового» мистецтва намагався протиставити «експлуататорські» й «експлуатовані» верстви суспільства, будучи, звісно, на боці останніх. При цьому «чужорідні», «нетрудові» класи (священники, представники купецтва, буржуазії, заможні селяни) нібито були витіснені за межі нової культурної матриці взагалі.

Пройшовши епоху модернізму (1900–1910-ті рр.), український театр на початку 1920-х рр. став працювати в режимі авангардного мистецтва, засадничі ідеологеми якого виявилися істотно відмінними від модерністських. Замість інтересу до суб'єктного начала особистості авангард як мистецтво мас опікувався суб'єктним началом великих колективів, а також поколінь та соціальних груп. Відповідно до вказаного, мистецтву театру був потрібний цілком інший формальний план вираження – абстрактний та неконкретний, який творці мали знайти, використовуючи новітню (радянську) парадигму, що за умов нової політичної дійсності була обтяжена комуністичними ідеологемами та міфами [7, 208].

Український театр за перше десятиліття нової влади вельми динамічно й активно осягнув велику мистецьку дистанцію. Починаючи з перших, частково невдалих апробацій модерністських форм, шляхом проходження через авангардні експерименти, український радянський театр станом на кінець 1920-х років регресував до цілковитої денонсації визначальних здобутків авангардної культури. При цьому він активно впроваджував ідейний комуністичний міф. Зазначений мистецький шлях був пройдений через докладання комплексних зусиль усіх його учасників, зокрема драматургів, акторів, сценографів тощо. Водночас базовою фігурою зазначеного процесу виявилася постать режисера-творця, котрий був не лише інтерпретатором драматургії, розробником акторських технологій, а також автором концептуального рішення вистави.

Наукова новизна дослідження міфологізації українського театру в перше десятиліття радянської влади в Україні полягає в тому, що вказане питання перебуває на стику двох тенденцій: з одного боку, відбувається запозичення вітчизняним театром передових тенденцій європейського авангарду, а з іншого – з кожним роком посилюється ідеологічний тиск радянської міфотворчості, який з 1930-х років перейшов у відкритий тоталітарний диктат.

Висновки. Отже, здійснивши спробу осмислити роль міфологізації в театральному житті України в перше десятиліття радянської влади, ми дійшли таких висновків:

1. Встановивши владу на більшій території сучасної України, більшовики розпочали активну трансформацію свідомості населення, використовуючи при цьому низку маніпулятивних технологій і методів. Практично всі 20-ті роки минулого століття в УСРР пройшли в тотальних змінах соціального життя переважної більшості прошарків радянських громадян. Звичайно, це значною мірою стосувалося тих регіонів молодої республіки, які традиційно відзначалися національним, культурним та релігійним різноманіттям, крім того, останніми увійшли до складу більшовицької держави. Одним з інструментів формування людини нового типу комуністичний режим обрав культурну політику.

2. Незважаючи на тиск більшовицької диктатури, український театр упродовж першого десятиліття радянської влади, попри цензуру, залишався контркультурним та самобутнім. Театральний міф і символ радянської влади, виплеканий в Україні у 1920-ті роки, дав змогу створити унікальний театральний організм, який робив мистецтво масовим (у позитивному сенсі). Можна стверджувати, що прагнення до ідеалу, створеного новою владою, з одного боку, і його дискредитація – з іншого, стали тими тенденціями, зіткнення яких і створило феномен «український радянський театр».

3. Щодо ціннісного виміру міфологізації вкажемо, що загалом логіка міфологізації театрального життя була пов'язана з низкою ключових взаємозв'язків: міф – трансформація сенсу у форму – заміна мови міфом. Міф – це те, що транслює постановка, її сенс – це одночасно й повідомлення, і констатація факту.

Міф у театральній сфері має імперативний, спонукальний характер, він нав'язує власну агресивну, мотивуючу двосенсовість.

4. Міфом у театральній сфері може бути будь-яке повідомлення мовою драматургії у зв'язку з тим, що міф сам по собі не має субстанціональних кордонів. Це зумовлено тим, що міф являє собою феномен, вбудований у первинну знакову систему, тобто в натуральну мову театру. До характеристик міфу в драматургії можна віднести: інтенціональність, натуралізованість, агресивність, формальність, історичність.

Література

1. Веселовська Г. І. Український театральний авангард / Ін-т проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України. Київ : Фенікс, 2010. 368 с.

2. Гринишина М. Синтетичний театр / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України. Київ : Фенікс, 2019. 416 с.

3. Гринишина М. Театральна культура рубежу XIX–XX століть: Реалізм. Дискурс / Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України. Київ : Фенікс, 2013. 344 с.

4. Клековкін О. THEATRICA: Лексикон / Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України. Київ : Фенікс, 2012. 800 с.

5. Красильникова О. В. Історія українського театру XX сторіччя. Київ : Либідь, 2009. 208 с.

6. Лягущенко А. Г. Український театр. Видатні діячі та менеджмент. Київ : Мистецтво, 2021. 495 с.

7. Нариси з історії театрального мистецтва України XX століття / Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України ; редкол.: В. Сидоренко (голова) та ін. Київ : Інтертехнологія, 2006. 1054 с.

8. Український театр XX століття : антологія вистав / за заг. ред. М. Гринишиної ; Інститут проблем сучасного мистецтва НАМ України. Київ : Фенікс, 2012. 944 с.

9. Barthes R. Mythologies. New York : Hill and Wang, 1972. 156 p.

10. Barthes R. Elements of Semiology. New York : Hill and Wang, 1968. 108 p.

11. Gustave Le Bon. Psychologie der Massen. 15. Aufl. Stuttgart: Kröner, 1982. 154 p.

References

1. Veselovska, G. I. (2010). Ukrainian theatrical avant. Kyiv: Fenix [in Ukrainian].

2. Hrynyshyna, M. (2019). Synthetic Theater. Kyiv: Fenix [in Ukrainian].

3. Hrynyshyna, M. (2013). Theatrical culture of the turn of the XIX–XX centuries: Realism. Discourse of the Institute of Problems today. an artist NAS of Ukraine). Kyiv: Fenix [in Ukrainian].

4. Klekovkin, O. (2012). THEATRICA: Lexicon. Kyiv: Fenix [in Ukrainian].

5. Krasilnikova, O. V. (2009). History of the Ukrainian theater of the 20th century. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].

6. Lyagushchenko, A. G. (2021). Ukrainian theater. Outstanding executives and management. Kyiv: Art [in Ukrainian].

7. Sydorenko, V. (2006). Essays on the history of Ukrainian theater art of the 20th century. Kyiv: Intertechnology [in Ukrainian].

8. Hrynyshyna, M. (2012). Ukrainian theater of the 20th century: Anthology of performances. Kyiv: Fenix [in Ukrainian].

9. Barthes, R. (1972). Mythologies. New York: Hill and Wang [in English].

10. Barthes, R. (1968). Elements of Semiology. New York: Hill and Wang [in English].

11. Gustave, Le Bon. (1982). Psychologie der Massen. Aufl. Stuttgart: Kröner [in German].

Стаття надійшла до редакції 29.09.2022
Отримано після доопрацювання 01.11.2022
Прийнято до друку 08.11.2022

УДК 78.078 (477): 78.075
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270547

Цитування:
Даць І. В. Роль особистості ректора О. С. Тимошенка в розвитку вищої музичної освіти в НМАУ імені П. І. Чайковського: культурологічні виміри. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 55–59.

Dats I. (2022). Role of Rector O. S. Tymoshenko's Personality in the Development of Higher Musical Education at Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music: Cultural Dimensions. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 55–59 [in Ukrainian].

Даць Ірина Вільямівна,
професор кафедри оперної підготовки
та музичної режисури
Національної музичної академії України
імені П. І. Чайковського,
народна артистка України
https://orcid.org/0000-0003-3851-2047
irynadats@gmail.com

РОЛЬ ОСОБИСТОСТІ РЕКТОРА О. С. ТИМОШЕНКА В РОЗВИТКУ ВИЩОЇ МУЗИЧНОЇ ОСВІТИ В НМАУ ІМЕНІ П. І. ЧАЙКОВСЬКОГО: КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ВИМІРИ

Мета роботи – дослідити роль особистості ректора О. С. Тимошенка в становленні та розвитку вищої музичної освіти в межах спочатку Київської консерваторії – згодом Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського (НМАУ) з погляду осягнення культурологічних вимірів процесу. **Методологія дослідження** містить системний підхід до цілісного окреслення шляхів розвитку вищої музичної освіти в межах НМАУ періоду діяльності ректора О. С. Тимошенка (1983–2004); біографічний метод застосовано для уточнення фактів життєпису та творчих досягнень ректора О. С. Тимошенка протягом його управлінської та науково-педагогічної в академії; культурологічний – для вивчення своєрідності культурно-мистецьких процесів доби; аналітичний метод – для здійснення аналізу й вивчення фактів та встановлення науково обґрунтованих висновків. **Наукова новизна** полягає в тому, що вперше крізь призму культурологічного виміру досліджено місце й роль творчої особистості ректора НМАУ імені П. І. Чайковського О. С. Тимошенка в становленні та розвитку вищої музичної освіти України кінця XX – початку XXI сторіччя. **Висновки.** У результаті проведеного дослідження встановлено, що управлінська і творча діяльність О. С. Тимошенка на посаді ректора НМАУ імені П. І. Чайковського характеризується як така, що дала змогу досягнути високої продуктивності як у межах закладу вищої освіти, так і на державному рівні, впливаючи на загальний процес становлення і розвитку вищої музичної освіти в Україні. Постать ректора О. С. Тимошенка можна обґрунтовано окреслити як універсальну творчу особистість, оскільки його діяльність поєднувала виконавську, педагогічну, методичну, широку музично-громадську та масштабну організаторську роботу. У діяльності О. С. Тимошенка на посаді ректора імені П. І. Чайковського яскраво відображено прояви спрямованості на будівництво української культури, зокрема у сфері музичної освіти, та її інтеграції в європейський культурний простір на засадах загальносвітових і національних культурних цінностей.

Ключові слова: вища музична освіта, НМАУ імені П. І. Чайковського, ректор О. С. Тимошенко, культурні цінності, євроінтеграція.

Dats Iryna*, People's Artist of Ukraine, Professor, Opera Training and Music Directing Department, Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music*

Role of Rector O. S. Tymoshenko's Personality in the Development of Higher Musical Education atUkrainian National Tchaikovsky Academy of Music: Cultural Dimensions

The purpose of the paper is to investigate the role of the rector O. S. Tymoshenko's personality in the formation and development of higher musical education within the framework of the Kyiv Conservatory and later the UkranianNational Tchaikovsky Academy of Music (UNTAM) from the point of view of understanding the cultural dimensions of the process. **The research methodology** includes a systematic approach to a holistic outline of the ways of higher musical education development at UNTAMduring the period of rector O. S. Timoshenko's activity (1983–2004); biographical method – to clarify the facts of O. S. Tymoshenko's biography and creative achievements during his administrative and scientific-pedagogical career at the academy; cultural – to study the originality of the cultural and artistic processes of the day; analytical method – for the analysis and study of facts and establishment of scientifically based conclusions. **The scientific novelty** lies in the fact that for the first time the place and role of O. S. Tymoshenko'screative personality, the rector of Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music, has been investigated through the prism of the cultural dimension of higher musical education formation and development in Ukraine at the end of the 20th –beginning of the 21st century. **Conclusions.** As a result of the conducted research, it has been established that O. S. Tymoshenko'smanagerial and creative activity a arector atthe Ukrainian National Tchaikovsky

© Даць І. В., 2022

Academy of Musicis characterised as such that it allowed to achieve high productivity both within the higher education institution and at the national level, influencing the general process of forming and developing higher musical education in Ukraine. The figure of rector O. S. Tymoshenko can reasonably be described as a universal creative personality, since his activities combined executive, pedagogical, methodical, broad musical-social, and large-scale organisational work. In O. S. Tymoshenko'sactivity as rector at the Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music, manifestations of focus on the construction of Ukrainian culture, in particular in the field of music education, and its integration into the European cultural space on the basis of universal and national cultural values are vividly reflected.

Key words: higher musical education, UkrainianNationalTchaikovsky Academy of Music, rector O. S. Tymoshenko, cultural values, European integration.

Актуальність теми дослідження. Історії становлення музичної освіти в межах одного з найстаріших та авторитетніших закладів вищої освіти потребують їх розгляду в контексті складних процесів трансформації культурологічних парадигм, зміни світоглядних настанов, метанаративів, коли на зміну соцреалістичній картині світу прийшли ідеї відродження і фактичного повернення української культури; необхідності аналізу тих процесів, що відбувалися в українській культурі та мистецтві другої половини ХХ ст., особливо в 1980–1990-х рр., які були надзвичайно вагомими з погляду національно-культурного відродження, поширення забутих імен української культури в науковому середовищі та серед суспільного загалу. Паралельно до цього в загальносвітових межах культура переживала постмодерні трансформації, виробляючи нові моделі сприйняття і світовідчування. І ці процеси, хоч із запізненням, вливалися і проростали на українському культурному ґрунті, переломлюючись через інший конкретно-історичний контекст культуротворчості, розвитку української культури, яка протягом усього ХХ ст. зазнавала постійних утисків і репресій, викорінення національної свідомості й ідентичності народу.

Музичне мистецтво, його освітня складова, так само гостро реагували на стрімкі зміни в культурі, її спрямованості, що відбувалося на рівні державної культурної політики, інституційного забезпечення тощо. Узагальнення цих основних тенденцій слугуватиме тією науковою призмою, крізь яку матимемо можливість дослідити формування творчої особистості талановитого управлінця, українського диригента-хормейстра та ректора НМАУ імені П. І. Чайковського Олега Семеновича Тимошенка. Його перебування на чолі тоді ще Київської консерваторії припадає на помежів'я століть, яке позначене низкою знакових подій, що мали вагоме значення для розвитку української культури: руйнація радянської тоталітарної держави, здобуття Україною незалежності, оновлення системи музичної освіти шляхом упровадження європейської Болонської системи, повернення національної культури – усе це спонукало тодішнього ректора О. Тимошенка до гуртування митців-професіоналів високого ґатунку задля становлення та розбудови музичної освіти на основі цінностей української і світової культури, і найперше, – модернізація творчої і наукової бази в самій консерваторії.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні принципи вищої музичної освіти, музичної культури в умовах трансформаційних процесів висвітлено в працях Г. Ніколаї, А. Мірошниченка, Л. Сбітнєвої, Н. Овчаренко, П. Саух, Н. Семергей, Т. Сідлецької, О. Сухомлинської, С. Терепищого, І. Утюж, І. Федорової, Ю. Чекана, В. Черкасова, М. Ярко.

На шляху модернізації і реформування системи освіти в низці наукових праць була висвітлена проблематика євроінтеграційних процесів та ролі української музичної освіти у формуванні світового музичного простору, культурологізації музичної освіти тощо. Про це наголошували у своїх працях І. Власенко, А. Коваленко, О. Марченко, І. Мудролюбова, М. Прищак, В. Черкасов.

На думку С. Терепищого, освіті належить функція відтворення людської спільноти та цивілізації, оскільки саме у сфері освіти закріплюються і набувають розвитку набуті культурні цінності, а сама освіта постає ареною для зіткнення економічних, політичних, національних і суспільних інтересів, виступаючи одним із рушіїв еволюції людського розвитку [8, 1].

За визначенням Г. Ніколаї, наприкінці ХХ століття з'являється нова перспектива бачення як музично-педагогічної освіти, так і музичного мистецтва загалом. Думка про те, що західна класична музика уособлює музичний розвиток, а західна музична едукація – ідеальну й концентровану форму музичної освіти, змінюється інтеркультурним (мультикультурним, полікультурним) підходом, який спирається на теорію діалогу

культур. У сферу дослідницьких інтересів потрапляють різноманітні форми музичного навчання. Західну класичну музику розуміють як один із багатьох різновидів музики, кожний з яких аналізують у власному контексті згідно з конкретною музичною традицією, а західну музичну освіту визнають тільки одним з багатьох методів, завдяки яким людина пізнає музику [4, 14].

Дослідники відзначають, що оновлення загальної музичної освіти в Україні періоду 1990-х рр. – початку XXI ст. формувалося як у світлі національного культурного відродження, так й орієнтування українського суспільства на європейськість – освітні стандарти європейського виміру освіти. Загалом обидві соціокультурні передумови спричиняють шлях модернізації загальної музичної освіти саме як «національної» – з увиразненням етнічного компонента ідентичності особи та її «відкритості» щодо «іншого» [10, 77].

Мета роботи – дослідити роль особистості ректора О. С. Тимошенка в становленні та розвитку вищої музичної освіти в межах спочатку Київської консерваторії – згодом Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського (НМАУ) з погляду осягнення культурологічних вимірів процесу.

Виклад основного матеріалу. Тимошенко Олег Семенович відомий у культурному просторі України насамперед як талановитий диригент і хормейстер, який досягнув професійних висот як маестро-диригент, долучившись до формування потужної мистецької школи. О. С. Тимошенко протягом кількох десятиліть очолював Київську державну консерваторію імені П. І. Чайковського (нині – Національну музичну академію України). Ректор, науковець, генератор творчих ідей та автор художніх проєктів, він перебував в епіцентрі мистецького життя України, був безпосереднім його учасником й активним розбудовником.

Дослідники справедливо відзначають, що невід'ємною рисою сучасної музичної освіти є спрямування уваги на формування особистості митця, який має яскраву, багатогранну й творчу індивідуальність, своє особливе бачення художнього смислу музичного твору [7, 14].

Методологічний принцип «конструювання» біографії також маркує ще одну особливість сучасної культурологічної дискурсивності: біографічний наратив виходить за межі хронотопу людського життя, перетворюючись на маркер «біографічної свідомості епохи». Залишаючи «за дужками» «залізну» непохитність років життя, у створенні біографічної оповіді дослідник має враховувати нашарування історичних та особистісних контекстів, надособистісних культурних чинників. Спосіб внутрішнього наративу вбудовується в культуру, стає загальнозначущим оповіданням, перетворюється на схему, модель, структуру [9, 16–17].

У розгляді особистісного феномену О. С. Тимошенка та його культуротворчої місії в українській музичній культурі як ректора й ширше як багатогранної творчої особистості варто звернутися до низки психологічних категорій, а саме: феномен, особистість, індивідуальність, діяльність, творчість.

Митець формується під впливом складного комплексу явищ: історичної ситуації, рівня розвитку громадської думки, течій, що панують у мистецтві, і далеко не останню роль відіграє психоособистісна структура автора – характер, темперамент, особливості протікання нервово-психічних процесів [1, 1]. Особистість – це симбіоз різних ідентичностей: культурної, національної, професійної та самоідентичності. Її дослідження в межах сучасних соціоглобальних культурних зрушень стають надзвичайно важливими. Залишаючись компонентами особистості диригента, вони є психологічними факторами комфорту, що допомагають здолати (за потреби) кризу ідентичності [3, 82].

Ректор О. С. Тимошенко доклав багато зусиль, щоб налагодити творчі зв'язки з багатьма закладами освіти Європи. Це відкрило широкі перспективи для викладачів і студентів. Зокрема, були організовані гастрольні тури оркестру й хору консерваторії до Франції, Канади, Німеччини, Швейцарії, що сприяло зростанню авторитету українського музичного виконавства, української музичної освіти в Європі.

Одним із найважливіших чинників успішності О. С. Тимошенка на посаді ректора, безумовно, є те, що він, будучи випускником консерваторії, глибоко сприйняв усі найкращі її традиції та здобутки. Діяльність О. С. Тимошенка на посаді ректора розпочалася в дуже непростий і відповідальний період історії України: «Із середини 1980-х років світ змінювався буквально на очах. Горбачовська "перебудова" давала надію на повернення радянської спільноти на магістральні шляхи людської цивілізації. В Україні то був час піднесення народного руху, коли боріння за права людини, національне відродження і

демократизацію суспільства набуло масового характеру й зумовило справдження вікових сподівань українського народу – здобуття незалежності, народження суверенної Української держави. У нових соціально-історичних умовах <…> головне завдання закладу – постійне вдосконалення навчального процесу, досягнення високого мистецького рівня – стає особливо актуальним, адже професійна елітарна художня культура є базовою основою суспільства, фактором його консолідації, важливим чинником державотворення. <…> Важливою рисою діяльності ректора було вміння збирати найкращі мистецькі сили, згуртовувати їх навколо ідей розвитку української музичної культури, збереження славетних традицій вітчизняних педагогічних шкіл, водночас запровадження сміливих експериментальних новацій, зорієнтованих на сучасний досвід. У співпраці ректорату, Вченої ради та всього колективу консерваторії народжувалися концептуальні рішення, спрямовані на вдосконалення навчального процесу» [5, 246].

Зусилля всього колективу консерваторії на чолі з ректором призвели до історичної події – надання закладу нового статусу: за високі педагогічні та науково-творчі досягнення, значний внесок у розвиток музичної культури держави Указом Президента України від 5 вересня 1995 року Київській консерваторії було надано статус Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського.

О. С. Тимошенко зробив вагомий внесок у справу підвищення міжнародного авторитету вишу, у становлення його як одного з науково-культурних центрів на мапі Європи. Яскраве свідчення цього – прийняття НМА України ім. П. І. Чайковського – першого вищого музичного закладу колишнього Союзу – до Європейської асоціації музичних академій, консерваторій та музичних шкіл. За ректорства О. С. Тимошенка в Академії були відкриті нові кафедри – історії української музики, народної творчості, комп'ютерних технологій, старовинної музики, теорії та історії культури, оперної режисури, а також Центр музичної україністики, лабораторії, відкрито спеціалізовану вчену раду із захисту докторських дисертацій. Низка студентських колективів, передусім студентський хор та симфонічний оркестр, отримали можливість виїжджати за кордон і здобули світову славу [2, 38].

Основними чинниками, що сприяли ефективності О. С. Тимошенка як керівника провідного музичного закладу освіти, були: обдарованість музиканта, прагнення досконалості й наполеглива праця, як результат – високий професіоналізм, фахова озброєність та широка ерудиція, що забезпечили йому незаперечний авторитет.

Креативною складовою творчості О. С. Тимошенка стала трансформація енергії людських інстинктів до трансформації принципу задоволення в принцип реальності на рівні суспільства. Креативність Олега Семеновича зумовлені його волею і натхненням, кордоцентричністю та здатністю її пробуджувати в інших, патріотизмом і вмінням виживати в надзвичайних умовах; морально-етичною домінантою (етика відповідальності), свободою і любов'ю, самореалізацією та актуалізацією. Такий підхід позначив новий етап у розвитку української музики, її функціонального призначення [6, 109].

Наукова новизна полягає в тому, що вперше крізь призму культурологічного виміру визначено місце й роль творчої особистості ректора НМАУ імені П. І. Чайковського О. С. Тимошенка в становленні та розвитку вищої музичної освіти України кінця XX – початку XXI сторіччя.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що управлінська і творча діяльність О. С. Тимошенка на посаді ректора НМАУ імені П. І. Чайковського характеризується як така, що дала змогу досягнути високої продуктивності як у межах закладу вищої освіти, так і на державному рівні, впливаючи на загальний процес становлення і розвитку вищої музичної освіти в Україні. Постать ректора О. С. Тимошенка можна обґрунтовано окреслити як універсальну творчу особистість, оскільки його діяльність поєднувала виконавську, педагогічну, методичну, широку музично-громадську та масштабну організаторську роботу. У діяльності О. Тимошенка на посаді ректора імені П. І. Чайковського яскраво відображено прояви спрямованості на будівництво української культури, зокрема у сфері музичної освіти, та її інтеграції в європейський культурний простір на засадах загальносвітових та національних культурних цінностей.

Література

1. Варнава Р. А. Психологічний портрет композитора як джерело пізнання «образу автора» (на прикладі Бориса Лятошинського та Василя Барвінського) : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 17.00.03 – музичне мистецтво / Львівська нац. муз. академія ім. М. В. Лисенка. Львів, 2017. 27 с.
2. Гусарчук Т. Особистісний феномен ректора: культуротворча місія академіка Олега Тимошенка. *Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського.* 2020. № 4 (49). С. 21–45.
3. Дзундза Р. М. Особистість українського хорового диригента кінця XIX – початку XXI століть в контексті проблем ідентичності : дис. … докт. філос.: 034 – культурологія / ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Івано-Франківськ, 2021. 282 с.
4. Ніколаї Г. Ю. Методологічні пошуки у сфері мистецької освіти. *Актуальні питання мистецької освіти та виховання*. 2013. Вип. 1 (1). С. 3–18.
5. Малозьомова О. І., Копиця М. Д., Гусарчук Т. В. Київська консерваторія. Етапи історії. *Національній музичній академії України імені П. І. Чайковського 100 років* / ред. В. Рожок. Київ : Музична Україна, 2013. С. 12–277.
6. Мартинова С. Феномен креативного диригента Олега Семеновича Тимошенка. *Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського.* 2020. № 4 (49). С. 109–120.
7. Овчаренко Н. Парадигмальний простір сучасної музичної освіти. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика. Педагогічні науки.* 2017. Вип. №1–2 (50–51). С. 13–20.
8. Терепищий С. О. Філософська парадигма сучасних освітніх ландшафтів : автореф. дис. … докт. філос. наук: 09.00.10 – філософія освіти / Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. Київ, 2016. 35 с.
9. Тимошенко М. О. Моделі конструювання біографії в контексті неокласичного дискурсу. *Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського.* 2020. № 4 (49). С.8–20.
10. Ярко М. І. Сучасні епістемологічні (знаннєві) та теоретичні основи загальної музичної освіти. *Наукові записки. Мистецтвознавство*. 2012. №2. С. 75–83.

References

1. Varnava, R. A. (2017). Psychological portrait of the composeras a source of knowledge of the «image of the author» (on the example of Borys Lyatoshinskyi and Vasyl Barvinskyi). Extended abstract of candidate's thesis. Lviv [in Ukrainian].
2. Husarchuk, T. (2020). The rector's personal phenomenon: the cultural mission of Academician Oleg Tymoshenko. Chasopys Natsionalnoi muzychnoi akademii Ukrainy imeni P. I. Chaikovskoho, 4 (49), 21–45 [in Ukrainian].
3. Dzundza, R. M. (2021). The personality of the Ukrainian choral conductor of the end of the 19th and beginning of the 21st centuries in the context of identity problems. Doctor's thesis. Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].
4. Nikolai, G. Yu. (2013). Methodological searches in the field of art education. Aktualni pytannia mystetskoi osvity ta vykhovannia, 1 (1), 3–18 [in Ukrainian].
5. Malozyomova, O. I., Kopytsia, M. D., Husarchuk, T. V. (2013). Kyiv Conservatory. Stages of history. 100 years of the P. I. Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine. Kyiv: Myzychna Ukraina, 12–277 [in Ukrainian].
6. Martynova, S. (2020). The phenomenon of the creative conductor Oleg Semenovych Tymoshenko. Chasopys Natsionalnoi muzychnoi akademii Ukrainy imeni P. I. Chaikovskoho, 4 (49), 109–120 [in Ukrainian].
7. Ovcharenko, N. (2017). Paradigmatic space of modern music education. Neperervna profesiina osvita: teoriia i praktyka. Pedahohichni nauky, 1–2 (50–51), 13–20 [in Ukrainian].
8. Terepyschy, S. O. (2016). Philosophical paradigm of modern educational landscapes. Extended abstract of Doctor's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
9. Tymoshenko, M. O. (2020). Models of biography construction in the context of neoclassical discourse. Chasopys Natsionalnoi muzychnoi akademii Ukrainy imeni P. I. Chaikovskoho, 4 (49), 8–20 [in Ukrainian].
10. Yarko, M. I. (2012). Modern epistemological (knowledge) and theoretical foundations of general musical education. Naukovi zapysky. Mystetstvoznavstvo, 2, 75–83 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 05.10.2022
Отримано після доопрацювання 07.11.2022
Прийнято до друку 15.11.2022

УДК 398.3:791.9
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270548

Цитування:
Жаворонков М. М. Витоки феномену ілюзіонізму в синкретичних формах культури. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 60–65.

Zhavoronkov M. (2022). Origins of Illusionism Art in Syncretic Forms of Culture. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 60–65 [in Ukrainian].

Жаворонков Марк Михайлович,
аспірант Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0003-3470-3153
dkr3121.mzhavoronkov@dakkkim.edu.ua

ВИТОКИ ФЕНОМЕНУ ІЛЮЗІОНІЗМУ В СИНКРЕТИЧНИХ ФОРМАХ КУЛЬТУРИ

Мета роботи – дослідити витоки мистецтва ілюзіонізму в синкретичних формах культури. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні аналітичного, семіотичного, герменевтичного методів у вивченні ілюзіонізму як феномену народної творчості, що слугує засобом комунікації, акумулюючи в собі пласт соціокультурного досвіду суспільства. **Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що вперше в культурологічній площині проаналізовано феномен мистецтва ілюзіонізму, що складається з різножанрових творів, які виникають у певному середовищі та виконують ритуально-магічні, обрядові, розважальні функції, репрезентуючи зріз конкретно-історичної масової свідомості та культури. **Висновки.** Мистецтво ілюзіонізму, що включає в себе ілюзію та маніпуляцію, є окремішним явищем культури, котре вбирає в себе низку релігійних вірувань, фольклорних традицій, взірців художньої творчості, формуючись як процес соціальної взаємодії. Ілюзіонізм поєднує в собі результати еволюції знань та методів їхньої репрезентації з елементами загальної комунікації, що утворюють симбіоз пізнавально-розважального контенту культури. Як засіб міжкультурної комунікації на основі вербального й невербального складників ілюзіонізм виявив здатність формувати соціальний і культурний діалог, що вплинуло на загальну динаміку культурних процесів у розвитку суспільства.

***Ключові слова*:** мистецтво ілюзіонізму, синкретизм, ритуально-магічні форми культури, обряд, міф, комунікація, культура, фольклор, релігія.

***Zhavoronkov Mark**, Graduate Student, National Academy of Culture And Arts Management*

Origins of Illusionism Art in Syncretic Forms of Culture

The purpose of the article is to investigate the origins of illusionism art in syncretic forms of culture. **The research methodology** consists in the application of analytical, semiotic, and hermeneutic methods in the study of illusionism as a phenomenon of folk creativity that serves as a means of communication, accumulating a layer of sociocultural experience of the society. **The scientific novelty** of the study lies in the fact that for the first time the phenomenon of illusionism art is analysed in the cultural plane. In our research the illusionism art consists of works belonging to various genres that arise in a certain environment and perform ritual-magical, ceremonial, and entertainment functions, representing a cross-section of concrete-historical mass consciousness and culture. **Conclusions.** The illusionism art, which comprise illusion and manipulation, is a separate cultural phenomenon that incorporates a number of religious beliefs, folklore traditions, and samples of artistic creativity, forming as a process of social interaction. Illusionism combines the results of the evolution of knowledge and methods of their representation with the elements of general communication that form a symbiosis of cognitive and entertaining cultural content. As a means of intercultural communication based on a verbal and non-verbal component, illusionism has shown the ability to form social and cultural dialogue, which affected the general dynamics of cultural processes in the development of society.

***Key words*:** illusionism art, syncretism, ritual-magical forms of culture, rite, myth, communication, culture, folklore, religion.

Актуальність теми дослідження. Феномен мистецтва ілюзіонізму є невід'ємним пластом колективно-художньої творчості, яка базується на видовищно-театралізованій проєкції народних оповідей, що пояснюють походження загальних елементів світобудови через емоційно-чуттєві образи в системі традицій будь-якого суспільства. Мистецтво ілюзіонізму має синкретичну природу свого походження, що поєднує народно-поетичні, писемно-літературні твори, а також релігійні вірування, обрядодії та ін., що формується в цілісний соціокультурний феномен. Такий симбіоз слугує засобом спілкування людей за допомогою емоційного, розважального враження, що дає змогу об'єднати маси людей на ґрунті спільних елементів культури, які передаються із покоління в покоління. Мистецтво ілюзіонізму як частина видовищної культури у формі діалогічності процесу пізнання подає розуміння та інтерпретацію реальності засобами інтерактивної гри, театралізованого видовища. Відповідно сама присутність у суспільному просторі мистецтва

© Жаворонков М. М., 2022

ілюзіонізму спроможна доповнити динаміку соціокультурної взаємодії суспільства, що може активізувати аудиторію відповідно до мети чи проблеми соціуму.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичне вивчення витоків мистецтва ілюзіонізму дотичне до суміжної проблематики культури, пов'язаної з первісними формами народної творчості: фольклором, міфом, обрядом, ритуалом. Тут варто вказати праці таких авторів, як: В. Бокань, М. Попович, О. Висоцький; в аспекті соціології та соціальної антропології: М. Максимович, О. Лозова; етнографії: Л. Івлєва, У. Крістофер; мистецтвознавства: А. Авдєєв, P. Kingsley, M. W. Dickie; культурології: О. Пожарська, В. Горський, О. Колесник, І. Віктор та ін.

Мета роботи – дослідити витоки мистецтва ілюзіонізму в синкретичних формах культури.

Виклад основного матеріалу. Такі поняття, як міф, легенда або казка, які трапляються в літературних, усних історичних джерелах, утворюють одну з основних систем культурної індикації суспільства, становлять невід'ємну частину елементів культури, що передаються із покоління в покоління, генеруючи механізм традицій будь-якого суспільства.

Український дослідник О. Яремчук [10, 199], виокремлюючи фактор сучасного етапу становлення цивілізації, звертає увагу на закономірний процес розгортання творчого потенціалу особистості та спільноти, при якому міфологічні форми в динаміці етнокультурної міфотворчості суб'єкта набувають значення у сфері культурного розвитку суспільства, формуючи нові виміри світосприйняття та правил цивілізаційного буття. Якщо конкретизувати виявлену процесуальність культури, можемо стверджувати, що казка, легенда, релігійні вірування за своїми спільними характеристиками та механізмами репрезентації світоглядних переконань є витоками однієї системи соціокультурного розвитку, а саме – міфу. Міфологія є основою культурного синкретизму, створюючи цілісний механізм культурної детермінації в суспільстві [5, 102].

У цьому аспекті ми розглядаємо мистецтво як явище, котре являє собою певний культурний механізму, що створює фізичну проєкцію міфу за допомогою обрядовості, традицій, творчої діяльності людини, що спрямована на створення якісно нових, не відомих раніше або усталених духовних та матеріальних цінностей [1, 73]. У нашому випадку звертаємо увагу на синкретизм таких форм культури, як релігія та фольклор. Релігія як особлива система світогляду та світосприйняття, формуючи свої фундаментальні основи з міфу, є симбіозом художньої творчості та певних соціальних правил, що переростають в обряди, вміщуючи в собі традиційну й символічну частину духовної взаємодії соціуму [2, 29].

Відповідно фольклор – це народна творчість, колективна художня діяльність. Якщо розглядати відмінність між фольклором та релігією як частинами міфотворчості, то слід зазначити, що релігія має сформовану соціальну ідею, думку й певні правила суспільної взаємодії, а фольклор, спрямований на донесення традиційної культурної інформації, виконує лише пізнавально-розважальну функцію. Зародження мистецтва в синкретичних формах зазначених нами систем формує такий вид творчої діяльності, як ілюзіонізм.

Ілюзіонізм – вид творчої діяльності, сутність якого полягає в тому, що актор за допомогою спеціальної апаратури, приладів та особливої спритності рук, швидкості й точності рухів викликає в глядачів оманливі зорові та слухові враження. Якщо розглядати це явище з погляду культури, то ілюзіонізм акумулює в собі концепт міфологічної інтерпретації світобуття за допомоги видовищно-театралізованих заходів. Розглядаючи синкретичні форми культури, зокрема релігію, можемо виявити важливий процес поєднання творчої діяльності в мистецтві ілюзіонізму зі світоглядними настановами. У цьому аспекті проаналізуємо найдавніші політеїстичні форми релігійних вірувань.

До таких вірувань належить шаманізм як один з перших механізмів осмислення світобудови, усвідомлення культури стародавнього світу, у рисах якого можемо виявити характерну особливість самої структури. У її прояві ілюзіонізм виконує функцію важеля для живлення самого світогляду. У британському науковому журналі соціальної антропології та порівняльної соціології дослідники R. L. Wadley та C. T. Palmery в статті Religious scepticism and its social context (2006) [16, 43] розглядають шаманізм як більш конкретну систему контролю та формування культури індоєвропейських племен, аналізуючи прояви шаманізму як базової конфігурації витоків і розвитку релігії. Науковці виявляють характерну принциповість обману та психологічних бар'єрів у регіонах, де шамани

мали вплив. На тлі виявлених історичних знахідок дослідники поступово схиляються до думки, що зазначена система світосприйняття не тільки базується на міфологічній складовій, але й вбирає в себе безліч інших важливих елементів мистецтва ілюзіонізму, котрі стають необхідною частиною роботи в релігійних діях, формуючи принцип обряду.

Отже, можемо стверджувати, що ілюзіонізм відіграє роль інструмента, за допомогою якого міфотворчість виконує інтерактивну функцію реального фізичного явища, театралізованої проєкції народних легенд та оповідей задля підживлення і продукування культурних традицій стародавніх племен.

Подібні функції і культурні значення закладені в основу обрядовості та обрядодій, що так само виконують певні світоглядні й нормативні функції в суспільстві. Обряд – це невід'ємна складова релігійної системи світогляду певної культури, населення, що його сповідує. Структурно обряд містить традиційні символічні дії, що в образній формі виражають соціально значимі події в житті людини та соціуму. Можна помітити важливу особливість в обрядовості, а саме традиційні символічні дії. Тож якщо розглядати ілюзіонізм як діяльнісну сферу культури, можемо виділити схожі процесуальні властивості обрядодій з динамікою видовищної діяльності мистецтва ілюзіонізму, де дія пов'язана з міфотворчістю, комунікація відбувається крізь призму репрезентації. У цьому аспекті міф – це комунікаційне явище культури, що стає одним із джерел зародження ілюзіонізму як театралізованого прояву візуалізації духовної діалектики в сукупності цінностей суспільства та його інтересів. Традиційно вважають, що в період Античності сформувалося найпродуктивніше середовище сприйняття мистецтва ілюзійного характеру та див у суспільстві на основі простого принципу світосприйняття, що встановлював діалог людини з творцем. На основі процесів, що супроводжують ілюзіонізм, формується суспільне упередження, що індивід сприймає за реальність невідомі сили, здатні провіщати події чи впливати на них, що нібито являють собою симбіоз двох реальностей, які становлять сукупність одного цілого [4, 206].

У дослідженні політеїзму античності важливе контекстне значення має також сам стародавній суспільний устрій, соціальні процеси, що відбувалися в суспільствах, їх культура. У праці дослідника Оксфордського університету P. Kingsley Ancient Philosophy, Mystery, and Magic: Empedocles and Pythagorean Tradition (1995) [15, 25] розглянуто ключові аспекти давньогрецької філософії в їх оригінальному контексті містерії, релігії та магії. Автор висвітлює виявлені докази стародавнього піфагореїзму та його впливу на Платона, а також реконструює захопливу езотеричну ретрансляцію ідей Піфії від грецького Заходу до алхіміків і магів-фокусників Єгипту.

Суголосне цим ідеям є твердження автора M. W. Dickie в книзі Magic and Magicians in the Greco-Roman World (2001) [11, 57]. Дослідник на основі зібраних архівних матеріалів, археологічних знахідок, а також історичних літописів та мемуарів аналізує особливості явища ілюзіонізму в культурних проявах античного світу. Автор наголошує на своєрідних особливостях виявленої маніфестації щодо формування традиційної культури Стародавньої Греції, розглядаючи пласт ілюзії та маніпуляції як двовекторну систему трансляції інформації: це, по-перше, була розважальна сфера фестивалів, яка концентрувала свою ідею на ігровій динаміці фабули, маючи традиційні механізми інтерпретації; по-друге, це була яскраво й чітко виражена обрядовість, механізм контролю за віровченням громади.

Згадуючи античну Грецію, відмітимо й такий вид мистецтва, як скульптура, яка тісно була пов'язана з архітектурою, утворюючи чи не головну частину обрядодій на основі фольклорно-релігійних джерел. Відмінність агональної традиції античності має один з найважливіших факторів культурного розвитку суспільства Греції, вміщуючи в себе майже всі сфери соціокультурного буття, а саме: мистецтво, політика, спорт [9, 94]. Феномен мистецтва ілюзіонізму відіграє чималу роль в прояві агональності, утворюючи інструмент релігійно-обрядової традиції. У дослідженні C. A. Faraone Vanishing acts on ancient Greek amulets: from oral performance to visual desing (2012) [12, 114] інституту класичних досліджень при Оксфордському університеті дослідник, аналізуючи релігійну атрибутику Стародавньої Греції як невід'ємну частину формування духовного розвитку суспільства, звертає свою увагу на архітектурне оздоблення храмів та вівтарів, де скульптурні зображення богів являють собою складну механічну конструкцію, що здатна проєціювати фізичне явище присутності вищих сил в певні важливі часові періоди релігії Стародавньої Греції. Тож

статуя Сивіли Артемії в Дельфах – область Фокіда – слугувала тим самим апаратом традиційно-обрядового характеру. Виявлена системність синкретизму мистецтва ілюзії в прояві світогляду античності підводить нас до логічного встановлення факту суспільної взаємодії двох культурних явищ як одного цілісного соціокультурного механізму суспільного устрою Стародавньої Греції.

У науковій розвідці I. P. Koulsoulis Magic in Greco-Roman Egypt: The semiotics of a gradual interpenetration of Egyptian and Greek ritual beliefs (2002) [14, 17] з Університету Мітіліні вказано на характерність ілюзіонізму в прояві релігійно-традиційної обрядовості Стародавньої Греції. У роботі дослідник теоретично окреслює концепцію митців-ілюзіоністів у релігійно-обрядових діях античних цивілізацій, торкається механізму правління крізь призму обрядодій чаклунів, жерців та магів. Автор відзначає феноменальну специфіку мистецтва ілюзіонізму, у прояві якої система релігійних вірувань набуває свого вагомого статусу серед населення, стосуючись як еліт, так і мас. Це створює фундамент для розвитку суспільств та їх традицій, зокрема й таких давніх ритуальних форм культури, як забобони, або загальні звичаї. Науковець наголошує і на більш масштабній дії ілюзіонізму на різноманітні чинники формування цивілізації, підкреслюючи роль ілюзіонізму як головного механізму впливу на соціум, систему правління. Спираючись на герменевтичний аналіз, дослідник акцентує на недвозначних прикладах у світовій історії, де ілюзіонізм становить основну частину релігійного впливу на суспільство та культуру античності.

Щодо питання українського контексту розвитку ілюзіонізму в синкретичних формах культури слід виокремити декілька важливих спостережень, що змінюють наше сприйняття та розуміння системності українських традицій і звичаїв.

Дослідниця О. Смірнова в науковій статті «Магічна практика в контексті художньої творчості» [7, 153] досліджує магічну практику, її різновиди, функції; конвергенцію з наукою, розглядає механізми магічних практик у розрізі вагомого значення духовного, культурного розвитку суспільства. Водночас ми можемо стверджувати, що українська культура включає в себе насичений пласт міфології та фольклору, що з покоління в покоління формує складний конструкт традицій. Магія – це як інтерактивне явище, що становить невід'ємну частину світогляду й насичує його багатоаспектними функціями загальної комунікації всередині держави. У дисертації О. Тиховської комплексно проаналізовано міфологічні образи та магічні ритуали українського фольклору Закарпаття в розрізі етнопсихології, соціології та культурології [8, 28]. Різноманітні магічні ритуали розглянуто як метафоричні спроби людини відчути себе деміургом, здійснити вплив на природу та власне життя відповідно до законів контагіозної та гомеопатичної магії, психосоматичного впливу. Автор, заглиблюючись у семантику об'єктивованих архетипів, намагається осмислити процес самоусвідомлення людиною своєї індивідуальності, простежити метафоричні етапи й різновиди внутрішньої боротьби особистості [8, 184].

На основі виявлених наукових тверджень можемо констатувати факти існування феномену мистецтва ілюзіонізму в синкретичних формах української культури. Традиції українського народу були тісно пов'язані з релігійним світоглядом та світосприйняттям, що укорінювалися в побут та звичаї народу. Забобони як форму культурного синкретизму також можна вважати подібним прикладом первісного релігійного механізму, де міф посідає основну ланку соціального апарату вербальної та невербальної комунікації. У межах цих реалій мистецтво ілюзіонізму виконує функцію міфотворчого джерела, слугуючи театралізованим психосоціальним видовищем, що на основі обрядодій генерує правила співжиття для різних представників соціуму. Формуючи певні характеристики культури – від моди (елементи костюму) – до звичаїв народу, ілюзіонізм стає повноцінною частиною одного соціокультурного організму, входячи до міфотворчої системи комунікації. Аналізуючи релігію та забобони, можемо стверджувати, що ілюзіонізм залишився в більшості обрядодій та ритуальних процесів різноманітних віросповідань, але, на відміну від стародавніх часів, цей феномен несе в собі більшою мірою символічний характер, становлячи основу звичаїв і традицій культури.

У межах фольклорної традиції зовсім по-іншому відображене сприйняття міфу суспільством, зокрема, це та сама міфотворчість, що просто має іншу сторону сприйняття, простіше кажучи, фольклор є своєрідним різновидом суспільного міфологічного мислення, ігровою формою обряду. Тож можемо стверджувати, що мистецтво ілюзіонізму із цього погляду є також формою вираження народної творчості та

світогляду.

У розрізі досліджуваної проблематики важливо звернути увагу на такий жанр народного фольклору, як казка, котра включає в себе передбачувано вигадані події чи осіб, іноді за участі фантастичних сил. Аналізуючи казки багатьох народів світу, можемо помітити часто згадувані фантастичні, надприродні сили, чародіїв або персонажів, пов'язаних з міфом, забобоном та ін. Ці складові характеризують звичаї або традиції тієї чи іншої культури, імітують традиції і світогляд певного суспільства. У такій модальності ми помічаємо загальну схожість ілюзіонізму з казкою у сфері діяльнісного виміру [13, 14].

Сутнісну мету мистецтва ілюзіонізму можна позначити як фізичну проєкцію казки у формі інтерактивної комунікації, що несе в собі або чіткий інформаційний код (релігійний обряд), або видовище розважально-ігрового спрямовування. Казка ж сама по собі є витоком синкретизму міфу й творчості.

Виокремлений симбіоз фольклору та ілюзіонізму можемо спостерігати в такій формі традиційної діяльності, як ярмарок. В організації дозвілля учасників ярмарків слов'янських народів видовищна діяльність відіграє важливу роль у розумінні сутності самого ярмарку, формуючи загальний процес комунікації та похідної культури. У цьому контексті можна аналізувати й принцип системи традицій, що зумовлюють як оформлення ярмарку, так і репертуар артистів, виконавців, котрі за допомогою мистецтва зберігають народну культуру [3, 123].

У цьому аспекті важливе теоретичне значення має наукова праця О. Пожарської [6, 40], де авторка досліджує феномен скоморошества як невід'ємну частину культурного розвитку суспільства Київської Русі, з'ясовує сутнісні ознаки та чинники культурогенезу вітчизняного циркового мистецтва на прикладі української творчості, народної фольклористики. У роботі згадано й мистецтво ілюзіонізму, котре є одною з найголовніших складових творчої діяльності Київської Русі, поєднуючи ілюзіонізм з оповіданнями та казками, легендами в театралізованій формі видовища, уособлюючи приклад візуально-слухового синтезу доби Середньовіччя, уявлення народу про свободу творчого духу, підкреслюючи традиції суспільного устрою.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше в культурологічній площині проаналізовано феномен мистецтва ілюзіонізму, що складається з різножанрових творів, які виникають в певному середовищі та виконують ритуально-магічні, обрядові, розважальні функції, репрезентуючи зріз конкретно-історичної масової свідомості та культури.

Висновки. Отже, мистецтво ілюзіонізму, що включає в себе ілюзію та маніпуляцію, є таким явищем культури, котре вбирає в себе низку релігійних вірувань, фольклорних традицій, взірців художньої творчості, формуючись як процес соціальної взаємодії. Ілюзіонізм поєднує в собі результати еволюції знань та методів їхньої репрезентації з елементами загальної комунікації, що утворюють симбіоз пізнавально-розважального контенту культури. Релігія як соціальний механізм у синтезі з мистецтвом ілюзіонізму становить частину суспільного устрою, що здатна впливати на процес традиційно-символічних дій, обрядову динаміку, культуру народу, його звичаї та світогляд. Ілюзіонізм залишається видом театралізованого видовища, що спроможний підлаштовуватися під досить різноманітні реалії культурного середовища, створюючи все нові фізичні проєкції, репрезентуючи складні оповіді, казки, легенди та міфи, виступаючи частиною вербальної та невербальної комунікації через чуттєво-емоційні образи, формуючи цілісний соціокультурний простір суспільного буття.

Література

1. Бондарева О. Є. Міфічний статус особистості в театрі історії: «бунт жанру» історичної драми. *Міф і драма у новітньому літературному контексті: поповнення структурного зв'язку через жанрове моделювання* : монографія. Київ : Четверта хвиля, 2006. С. 68–111.

2. Береславець Н. О. Вознюк Н. А. Міфи, обряди, ритуали – відтворення культурного творіння. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис».* 2022. Вип. 11. С. 27–33. DOI: https://doi.org/10.32447/2663-340X-2022-11.4.

3. Берковський В. Ярмарки Волині як осередки внутрішнього, міжрегіонального та міжнародного ринків України (середина XVI – перша половина XVII ст.). *Дрогобицький краєзнавчий збірник*. 2003. Вип. 7. С. 121–129.

4. Лабащук О. В. Автобіографічна оповідь як персональна міфотворчість. *Літературознавство. Фольклористика. Культурологія*. 2015. Вип. 18–20. С. 203–212.

5. Олексенко Р. І. Пінігіна Ю. Г. Міф та релігія як основа ціннісних орієнтирів пізнання світу в культурних практиках сучасної епохи. *Культурологічний вісник Нижньої Наддніпрянщини*. 2018. Вип. 2. С. 100–106.

6. Пожарська О. Ю. Культурогенез циркового мистецтва. *Українська культура минуле, сучасне, майбутнє*. 2017. Вип. 25. С. 38–42.

7. Смірнова О. О. Магічна практика в контексті художньої творчості. *Культура України*. 2014. Вип. 46. С. 151–158.

8. Тиховська О. М. Міфологічні образи та магічні ритуали в українському фольклорі Закарпаття: етнопсихологічний аспект : дис. … докт. філ. наук: 10.01.07 – фольклористика. Ужгород, 2021. 534 с.

9. Чумаченко О. П. Скульптура як форма агональної традиції античної культури. *Вісник НАККІМ*. 2021. Вип. 4. С. 92–96.

10. Шумило В. Містичні забобони та їхнє місце в житті українців. *Освіта і наука.* 2021. Вип 1. С. 15–19.

11. Яремчук О. В. Міфоцентризм буття і культури. *Історична психологія та мультикультурність* : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди 150-ї річниці Одеського нац. ун-ту ім. І. І. Мечникова, присвяч. світлій пам'яті засновника іст. психол. в Україні проф. І. Г. Білявського : у 4 т. / ОНУ ім. І. І. Мечникова ; заг. ред. О. В. Яремчук (Одеса, 5 лютого – 5 березня 2015 р.). Одеса : Одеський національний університет, 2015. Т. 1. С. 663–673.

12. Dickie M. W. Magic and Magicians in the Greco-Roman World. Lon : Ed. 1– 2001. Pp. 75–125.

13. Faraone C. A. Vanishing acts on ancient Greek amulets: from oral performance to visual desing. *Bulletin of the Institute of Classical Studies*. 2012. Vol. 1. Pp. 112–121.

14. Feldt L. Harry Potter and contemporary magic: Fantasy literature, popular culture, and the representation of religion. *Journal of Contemporary Religion. Lon*. 2016. Vol. 2. Pp. 10–17.

15.Koulsoulis I. P. Magic in Greco-Roman Egypt: The semiotics of a gradual interpenetration of Egyptian and Greek ritual beliefs. Mit. 2002. Vol. 3. Pp. 33–45.

16. Kingsley P. Ancient Philosophy, Mystery, and Magic: Empedocles and Pythagorean Tradition. Oxford university press. 1995. Vol. 5. Rel. 1. Pp. 15–25.

17. Wadley R. L., Palmer C. T. Religious scepticism and its social context. Anthropological Forum. 2006. Vol. 16. Rel. 1. Pp. 41–54.

References

1. Bondareva, O.E. (2006). The mythical status of the personality in the theater of history. Kyiv: KNU [in Ukrainian].

2. Bereslavets, N. O., Vozniuk N. A. (2022). Myths, rites, rituals – reproduction of cultural creation. Philological sciences, 11, 27–33 [in Ukrainian].

3. Berkovskii, V. (2003). Fairs of Volhynia as centers of internal, interregional and international markets of Ukraine (middle of the 16th–first half of the 17th centuries) Economics, 7, 121–129 [in Ukrainian].

4. Labashchuk, O. V. (2015). Autobiographical narrative as personal myth-making. Literary Studies. Folkloristics. Culturology, 18, 203–212 [in Ukrainian].

5. Oleksenko, R. I., Pinigina, Y. G. (2018). Myth and religion as the basis of value orientations of knowledge of the world in cultural practices of the modern era. Phylosophy Psychology Religion, 2, 100–106 [in Ukrainian].

6. Pozharska, O. Y. (2017). Culture genesis of circus art: Ukrainian: culture of the past. Culturology, 25, 38–42 [in Ukrainian].

7. Smirnova, O. O. (2014). Magical practice in the context of artistic creativity. Theory of history and culture, 36, 151–158 [in Ukrainian].

8. Tykhovska, O. M. (2007). Mythological images and magical rituals in the Ukrainian folklore of Transcarpathia: ethnopsychological aspect. Doctor's thesis. Lviv: LNU [in Ukrainian].

9. Chumachenko, O. P. (2021). Sculpture as a form of agonal tradition of ancient culture. Visnyk NAKKIM, 4, 92–96.

10. Chumachenko, O. P. (2021). Sculpture as a form of the agonal tradition of ancient culture. Fine art, decorative art, restoration, 4, 92–96 [in Ukrainian].

11. Yaramechuk, O. V. (2015). Mythocentrism of life and culture. Cognitive and transformative potential of historical psychology as a science. 150th anniversary of the Odessa National University named after I. I. Mechnikova: dedicated. in memory of the founder of the psychol. Odessa: ONU, 1, 198–206 [in Ukrainian].

12. Dickie, M. W. (2011). Magic and Magicians in the Greco-Roman World.Chicago :University of Illinois at Chicago, 75–125 [in English].

13. Faraone, C. A. (2012). Vanishingacts on ancient Greek amulets: from oral performance to visual desing. London: Bulletinof the Institute of Classical Studies, 112–21 [in English].

14. Feldt, L. (2016). Harry Potter and contemporary magic: Fantasy literature, popular culture, and the representation of religion. Religion and Philosophy, 2, 10–17 [in English].

15. Koulsoulis, I. P. (2002). Magic in Greco-Roman Egypt: The semiotics of a gradual interpenetration of Egyptian and Greek ritual beliefs. History and Archeology, 3, 33–45 [in English].

16. Kingsley, P. (1995). Ancient Philosophy, Mystery, and Magic: Empedocles and Pythagorean Tradition. Religion, 5, 15–25 [in English].

17. Wadley, R. L., Palmer, C. T. (2006). Religious scepticism and its social context. Anthropology, 16, 41–54 [in English].

Стаття надійшла до редакції 11.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 22.11.2022

УДК 793.3:001.891](477)»2017/2021"
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270549

Цитування:
Карпенко Д. В. Хореографічна культура України в наукових дослідженнях 2017–2021 років: аналіз основних напрямів. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 66–71.

Karpenko D. (2022). Choreographic Culture of Ukraine in Scientific Research in 2017–2021: Analysis of Main Directions. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 66–71 [in Ukrainian].

Карпенко Діана Валеріївна,
аспірантка Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0003-4153-1353
karpenko13di@gmail.com

ХОРЕОГРАФІЧНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ В НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ 2017–2021 РОКІВ: АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ

Мета статті полягає в аналізі низки дисертаційних праць, які актуалізували культурологічні проблеми розвитку української хореографічної культури. **Методологія роботи** ґрунтується на використанні наукових методів дослідження, як-от: аналіз, синтез, узагальнення. Наголошено на можливостях персоналізованого підходу до вивчення хореографічної культури, завдяки якому окреслено теоретичні аспекти та практичний досвід українських науковців. **Наукова новизна** роботи полягає в систематизації досліджень останніх років у галузі хореографічної культури України. **Висновки.** Тематика дисертаційних праць останніх років виявила помітні тенденції у вивченні теоретичних питань і практик, а саме: становлення і розвиток української хореографічної культури XX–XXI століть, народне хореографічне мистецтво як носій етнокультурної ідентичності (І. Климчук), трансформаційні процеси української народної хореографії (В. Литвиненко), феномен віртуозності в українському народно-сценічному танці (А. Морозов). Значущими є дослідження, у яких акцентовано на регіонально-стильових особливостях народної хореографічної культури України (В. Гордєєв, О. Квецко, І. Мостова, А. Підлипський, А. Тимчула, Л. Щур). Помітний сегмент у сучасних наукових дослідженнях належить проблематиці балетного мистецтва, яка органічно поєднує народний і класичний танець, маючи практичне відображення у виставах національної тематики, використання національних художніх образів, а також розгляд творчої діяльності балетмейстерів й артистів балету України.

***Ключові слова*:** культура, українська хореографічна культура, народне хореографічне мистецтво, балетне мистецтво, народно-сценічний танець, класичний танець.

Karpenko Diana, *Graduate Student, National Academy of Culture and Arts Management*

Choreographic Culture of Ukraine in Scientific Research in 2017-2021: Analysis of Main Directions

The purpose of the article is to analyse a number of dissertation studies that have actualised the cultural problems of the Ukrainian choreographic culture development. **The research methodology** is based on the use of scientific research methods, such as analysis, synthesis, and generalisation. The possibilities of a personalised approach to the study of choreographic culture are emphasised, thanks to which the theoretical aspects and practical experience of Ukrainian scientists are outlined. **The scientific novelty** of the work consists in the systematisation of scientific research conducted in recent years in the field of choreographic culture of Ukraine. **Conclusions.** The topics of dissertation research in recent years have revealed noticeable trends in the study of theoretical issues and practices, namely the formation and development of Ukrainian choreographic culture of the 20th-21st centuries, folk choreographic art as a carrier of ethno-cultural identity (I. Klymchuk), transformational processes of Ukrainian folk choreography (V. Lytvynenko), and the phenomenon of virtuosity in Ukrainian folk-stage dance (A. Morozov). Significant are the studies that focus on the regional and stylistic features of the folk choreographic culture of Ukraine (V. Hordeev, O. Kvetsko, I. Mostova, A. Pidlypskyi, A. Tymchula, L. Shchur). A noticeable segment in modern scientific research belongs to the problems of ballet art, which organically combines folk and classical dance, having a practical reflection in performances of national themes, the use of national artistic images, as well as consideration of the creative activity of ballet masters and ballet dancers of Ukraine.

Key words: culture, Ukrainian choreographic culture, folk choreographic art, ballet art, folk stage dance, classical dance.

Актуальність теми дослідження. Сьогодні важливими є відродження та збереження самобутності української культури у формуванні національної ідентичності майбутніх поколінь українців, а отже, нашої державності. Хореографічна культура є

© Карпенко Д. В., 2022

невід'ємною складовою української культури. Тому вивчення актуальних питань хореографічної культури України, зокрема народного та балетного мистецтв, є вкрай необхідним у складних соціокультурних реаліях сьогодення.

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасні науковці зосереджені на вивченні становлення та розвитку народної хореографічної культури України XX – початку XXI століття. Подібний підхід простежується в дослідженнях молодих вчених (І. Климчук [4], В. Литвиненко [6], А. Морозов [9]). У наукових розвідках розглянуто регіонально-стильові особливості народного хореографічного мистецтва (В. Гордєєв [1], О. Квецко [3], І. Мостова [10], А. Підлипський [11], А. Тимчула [13], Л. Щур [14]). Балетне мистецтва XX – початку XXI століття репрезентоване в працях О. Карандєєвої [2], А. Король [5], К. Лук'яненко [7], Л. Маркевич [8], Н. Семенової [12], які аналізують синтез класичного та народного танцю, національні художні образи, а також творчу діяльність балетмейстерів та артистів балету України.

Мета статті полягає в аналізі сучасних дисертаційних праць, які актуалізували культурологічні проблеми розвитку української хореографічної культури.

Виклад основного матеріалу. Досить розгорнутий аналіз процесу становлення і змін народно-танцювального мистецтва представлено в роботі В. Литвиненка «Трансформація української народної хореографії та її концептуалізація в театрі танцю Павла Вірського» [6]. Автор надає огляд його розвитку, починаючи від найпростіших танків до форми театру танцю. Слід зазначити, що танцювальний фольклор став художньо-стилістичною основою театралізовано-образних хореографічних постановок Державного заслуженого академічного ансамблю танцю України під керівництвом Павла Вірського [6, 20].

Комплексний аналіз віртуозних рухів як феномену українського народно-сценічного хореографічного мистецтва здійснено в дисертації А. Морозова «Віртуозні рухи в українському народно-сценічному танці: витоки, еволюція, сучасні тенденції» [9]. Автор означив витоки, етапи розвитку, специфіку віртуозних рухів у фольклорному танці. У роботі висвітлено тенденції розвитку віртуозних рухів у сценічному танці XIX – початку XX ст.; розглянуто основні аспекти віртуозності в сценічній народно-танцювальній культурі радянської доби; подано хореологічні підходи до розгляду системи психофізичного вдосконалення «Бойовий Гопак» як прояву новітніх тенденцій взаємодії хореографічного мистецтва та спорту; окреслено перспективи подальшого наукового дослідження феномену віртуозності в українському естрадному народному танці тощо [9].

У дисертації «Українське хореографічне мистецтво 1950–1980-х років як чинник формування національної ідентичності» [4] І. Климчук аналізує діяльність танцювальних колективів як носіїв етнокультурної ідентичності означеного періоду. Авторка доводить, що «національна своєрідність» (з 1960-х рр.) змінює формулу «національної форми» культури (від 1930-х рр.), а національне проявляється у формі та змісті. Використання поняття «національне» в сценічному хореографічному мистецтві радянського періоду можна розглядати в оптиці народно-сценічної хореографії, національної балетної вистави та бального танцю, але ці феномени різною мірою та в різний спосіб засвоїли національні ознаки. Це зумовлено тим, що накопичення етнокультурної інформації в лексиці народного танцю дає змогу стверджувати про національні ознаки тих чи інших хореографічних творів, що використовують образну систему та рухи українського народного танцю [4, 3].

Хореографічну культуру України в контексті регіональних культурних надбань репрезентовано в розвідках сучасних науковців В. Гордєєва, О. Квецко, І. Мостової, А. Підлипського, А. Тимчули, Л. Щур. Художньо-мистецькі ідентифікації народних танців Слобожанщини в контексті впливу соціокультурних факторів розглянула І. Мостова [10]. Дослідниця проаналізувала наукові дефініції «культурний код» та «культурний канон», на основі яких сформулювала термін «танцювальний канон», пояснюючи його систему композиційних, жанрово-семантичних ознак, що дає змогу виявити глибинні сенси та символи народного танцю, які транслюються під час його виконання, а також ідентифікує танець з нацією, етнографічною групою, регіоном [10, 173–174]. Авторка порівнює Слобожанщину з іншими етнографічними регіонами України, у яких танцювальний канон народних танців має найвиразніші відмінності: Наддніпрянщина, Полісся, Полтавщина, Прикарпаття та Закарпаття [10, 150–151].

Подібна проблематика зазначена в іншому дослідженні, але на прикладі поліських хореографічних постановок. В. Гордєєв

розглядає український народний танець на Поліссі з погляду регіональних особливостей лексики. У дисертації «Український народний танець на Поліссі: регіональні особливості лексики» [1] систематизовано окремі факти, що збереглися в танцювальних канонах Полісся, які представляють регіональні та лексичні особливості та відповідають європейським першоджерелам. Дослідник закликає до вивчення хореографічних колективів Рівненського Полісся, які розкривають сутність творчих та лексичних характеристик поліських танців, зберігаючи автентичність сценічної творчості колективу.

У дисертації А. Тимчули «Народне хореографічне мистецтво українців Закарпаття другої половини XX – початку XXI століття» [13] комплексно проаналізовано обрядові та позаобрядові народні танці, виявлено регіональні особливості формування народно-сценічного хореографічного мистецтва Закарпаття. Автор зосереджує увагу на творчій діяльності професійних (танцювальна група при Закарпатському народному хорі) та аматорських колективів Закарпатського регіону другої половини XX – початку XXI ст.

Дослідниця О. Квецко розглядає чинники формування сучасної української хореографічної культури на прикладі фольклорних танців бойків [3]. Авторка висвітлює вклад балетмейстерів у розвиток хореографічної культури регіону та збереження регіональних традицій (В. Бак, Ф. Даниляк, Г. Железняк, М. Ляшкевич, В. Петрик). На прикладі постановки танцювальних композицій на основі фольклорних танців аматорськими та професійними хореографічними колективами Івано-Франківської області науковиця обґрунтовує специфіку популяризації бойківського танцю. Хореографи й виконавці звертаються до бойківських народних танців («Любаска», «Долинський дрібонький», «Вишківський веселий», «Бойківчанка» й ін.). Такий процес збагачує основні (музика, композиційна побудова танцю, виконавська майстерність) і допоміжні засоби (костюм, атрибутика) сучасних танцювальних номерів на фольклорному матеріалі [3].

У роботі А. Підлипського «Народно-сценічна хореографічна культура Тернопільщини середини XX – початку XXI століття» [11] визначено основні етапи розвитку аматорського мистецтва на Тернопільщині в радянські часи та в умовах незалежної України. Проаналізовано діяльність Академічного ансамблю танцю «Надзбручанка» Тернопільської обласної філармонії, яка відбувалась в основних тенденціях становлення та розвитку професійних колективів народно-сценічного танцю в Україні: наявність провідного балетмейстера (О. Данічкін), який ствердив творчі основи колективу; дуалістичність принципів побудови репертуару, представленого обробками фольклорних першоджерел регіону та стилізованими й театралізованими постановками, при збереженні зв'язку з образною системою народної хореографії та ін. [11].

З дослідженням А. Підлипського суголосне проблемне поле дисертації Л. Щур. Остання в праці «Народна хореографічна культура Західного Поділля: трансформація та збереження танцювальної традиції» [14] комплексно розглядає народне хореографічне мистецтво Західного Поділля в контексті його взаємозв'язків з інструментальною музикою та декоративно-прикладним мистецтвом. Активними репрезентантами хореографічного мистецтва Західного Поділля є аматорські танцювальні ансамблі та фольклорно-обрядові колективи, а також хореографічні колективи закладів вищої освіти м. Тернополя та області (ансамбль народного танцю «Любисток» Теребовлянського фахового коледжу культури і мистецтв, танцювальний ансамбль «Веснянка» ТНПУ ім. В. Гнатюка та ін.) [14, 9–10]. Висвітлено історію створення Академічного ансамблю танцю «Надзбручанка» Тернопільської обласної філармонії, його концертний репертуар, що побудований на основі традиційних танців Західного Поділля: «Надзбручанське весілля», «Свати», «Трясунець»; чоловічі танці «Вихиляс», «Чабани», «Копіруш» та ін.

Народна хореографічна культура в балетному театрі України XX – початку XXI століття представлена в працях молодих вчених О. Карандєєвої, А. Король, К. Лук'яненко, Л. Маркевич, Н. Семенової. Комплексний аналіз жіночого образу в українському балетного мистецтві представлено в праці А. Король «Жіночі образи в українських балетах» [5]. Авторка акцентує на тому, що в балетних виставах переважають мотиви трагічної жіночої долі, які створені на основі фольклору та літературних творів Т. Шевченка, Лесі Українки, І. Франка й ін. Основні тенденції розвитку балетного театру України виявлено в трактуванні жіночих образів кінця XX – початку XXI ст., починаючи

від побутових драм, блискучих вершин хореодраматургії, через синтезування класичного танцю, до повномасштабних режисерсько-балетмейстерських рішень історичної теми, жанрового та лексичного поєднання в сучасних комедійних балетах.

У дослідженні Н. Семенової «Національна балетна вистава в українській хореографічній культурі ХХ – початку ХХІ століть» [12] створено комплексну мистецько-культурологічну концепцію національної балетної вистави, у якій надано власне визначення поняття «українська національна балетна вистава». Авторка деталізувала принципи творчості П. Вірського, які використовували українські балетмейстери другої половини ХХ ст. (Г. Березова, В. Вронський, М. Трегубов, А. Шекера та ін.) у процесі створення власних національних вистав. Н. Семенова зазначає, що основою сюжету української балетної вистави є літературні твори українських письменників середини ХІХ – початку ХХ ст.: О. Гончара, М. Коцюбинського, Лесі Українки, І. Франка, Т. Шевченка й ін. Авторка систематизувала їх за тематикою: 1) епізоди національно-визвольної боротьби; 2) народний побут; 3) комедійні сюжети; 4) феєричні теми та легенди; 5) історичні події і персоналії; 6) сучасна проблематика. Також наявні безсюжетні вистави, у яких досягнуто максимального узагальнення та символічності, немає фабульного розвитку, є лише загальноокреслена тема, підпорядкована музичній драматургії, що розкривається в пластичних образах, втілюючи стан героїв [12, 202].

Нову художню концепцію українського балетного театру дослідила К. Лук'яненко в дисертації «Балетний театр у культурі України середини 1950–1970-х рр. ХХ ст.» [7], що базується на інтегруванні інноваційних для радянського балетного мистецтва прийомів та методів, зумовлених прагненням побудови художньо-цілісної та глибоко образної балетної вистави, підґрунтям для якої є національна культура. Український балетний театр середини 1950–1970-х років вважають унікальним явищем культури; розкривають й аналізують універсально-художні та унікально-специфічні його властивості. Простежено еволюціонування основних виражальних засобів хореографії протягом означеного періоду. Розкрито особливості взаємодії народного та класичного танцю в постановках балетмейстерів 1960-х років [7].

Комплексно досліджено чоловічий танець у балетному театрі України середини ХХ – початку ХХІ століть. О. Карандєєва виокремила основні етапи його розвитку крізь призму творчості провідних артистів балету України минулого та сучасності. Аналіз теоретичних концепцій танцю доводить, що впродовж свого розвитку академічний танець набув характерних лексичних і поведінкових кодів, за якими чітко розрізнялися фемінні або маскулінні образи в балеті [2]. О. Карандєєва з'ясовує особливості становлення педагогічних шкіл чоловічого класичного танцю в Україні, та більш детальної аналізує Київську школу чоловічого балетного виконавства доби незалежності України.

У дослідженні «Трансформація системи художньої мови української національної балетної вистави в 20–80 роках ХХ ст.» [8] Л. Маркевич аргументувала, що синтез театралізації українського танцювального фольклору та насичення народно-пластичними інтонаціями класичного танцю сформував основу особливої хореографічної мови національного балету, найважливішу стилістичну ознаку жанру [8, 19]. Авторка наголошує на тому, що трансформація естетичного канону української національної балетної вистави 1920–1980-х рр. впливає на структурні та смислові ознаки художньої мови (мовного коду). Виокремлено важливі складові компоненти та рівні локалізації художньої мови балетної вистави, а саме: знаково-символічний, виражальний, образно-висловлювальний, технічний [8]. Дослідження Л. Маркевич є важливим для розкриття специфіки інтеграції народної хореографії, народного танцю у сферу класичного балету.

Наукова новизна роботи полягає в систематизації наукових досліджень останніх років у галузі хореографічної культури України.

Висновки. Отже, аналіз тематики дисертаційних праць останніх років дав змогу виявити помітні тенденції у вивченні теоретичних питань та практик, а саме: становлення і розвиток української хореографічної культури ХХ–ХХІ століття, народне хореографічне мистецтво як носій етнокультурної ідентичності (І. Климчук), трансформаційні процеси української народної хореографії (В. Литвиненко), феномен віртуозності в українському народно-сценічному танці (А. Морозов). Значущими є дослідження, у яких акцентовано на регіонально-стильових особливостях народної хореографічної культури України (В. Гордєєв, О. Квецко, І. Мостова, А. Підлипський, А. Тимчула, Л. Щур). Помітний сегмент у сучасних наукових

дослідженнях належить проблематиці балетного мистецтва, яка органічно поєднує народний та класичний танець, маючи практичне відображення у виставах національної тематики, використання національних художніх образів, а також розгляд творчої діяльності балетмейстерів та артистів балету України.

Література

1. Гордєєв В. А. Український народний танець на Поліссі: регіональні особливості лексики : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / ДВНЗ «Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника». Івано-Франківськ, 2020. 19 с.

2. Карандєєва О. І. Чоловічий танець у балетному театрі України середини ХХ – початку ХХІ століть : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2021. 15 с.

3. Квецко О. Я. Хореографічна культура бойків на Прикарпатті кінця ХХ – початку ХХІ століть : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. Київ, 2021. 18 с.

4. Климчук І. С. Українське хореографічне мистецтво 1950–1980-х років як чинник формування національної ідентичності : дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. Київ, 2021. 198 с.

5. Король А. М. Жіночі образи в українських балетах : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2019. 16 с.

6. Литвиненко В. А. Трансформація української народної хореографії та її концептуалізація в театрі танцю Павла Вірського : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Нац. акад. кер. кадрів культури і мистецтв. Київ, 2017. 20 с.

7. Лук'яненко К. А. Балетний театр у культурі України середини 1950-1970-х рр. ХХ ст. : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2021. 17 с.

8. Маркевич Л. А. Трансформація системи художньої мови української національної балетної вистави в 20–80 роках ХХ ст. : автореф. дис… канд. мистецтвозн.: 26.00.01 «Теорія та історія культури». Івано-Франківськ, 2019. 23 с.

9. Морозов А. І. Віртуозні рухи в українському народно-сценічному танці: витоки, еволюція, сучасні тенденції : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2019. 16 с.

10. Мостова І. С. Художньо-мистецькі аспекти ідентифікації народних танців Слобожанщини в контексті соціокультурного розвитку регіону : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.04 / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2019. 19 с.

11. Підлипський А. І. Народно-сценічна хореографічна культура Тернопільщини середини ХХ – початку ХХІ століття : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2020. 17 с.

12. Семенова Н. М. Національна балетна вистава в українській хореографічній культурі ХХ – початку ХХІ століть : дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.04 / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2019. 240 с.

13. Тимчула А. В. Народне хореографічне мистецтво українців Закарпаття другої половини ХХ – початку ХХІ століття : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Нац. акад. кер. кадрів культури і мистецтв. Київ, 2021. 16 с.

14. Щур Л. Б. Народна хореографічна культура Західного Поділля: трансформація та збереження танцювальної традиції : автореф. дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / ДВНЗ «Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника». Івано-Франківськ, 2021. 20 с.

References

1. Gordeev, V. A. (2020). Ukrainian folk dance in Polissia: regional features of the vocabulary. Extended abstract of candidate's thesis. DVNZ «Prykarpattia. national University named after Vasyl Stefanyk». Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].

2. Karandeeva, O. I. (2021). Male dance in the ballet theater of Ukraine in the middle of the 20th – beginning of the 21st centuries. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. national University of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].

3. Kvetsko, O. Ya. (2021). Choreographic culture of fighting men in Prykarpattia at the end of the 20th and beginning of the 21st centuries. Extended abstract of candidate's thesis. Nat. Acad. of Culture and Arts Management. Kyiv [in Ukrainian].

4. Klymchuk, I. S. (2021). Ukrainian choreographic art of the 1950s - 1980s as a factor in the formation of national identity. Candidate's thesis. Nat. Acad. of Culture and Arts Management. Kyiv [in Ukrainian].

5. Korol′, A. M. (2019). Female images in Ukrainian ballets. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. national University of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].

6. Lytvynenko, V. A. (2017). Transformation of Ukrainian folk choreography and its conceptualization in Pavlo Virsky's dance theater. Extended abstract of candidate's thesis. Nat. Acad. of Culture and Arts Management. Kyiv [in Ukrainian].

7. Luk'yanenko, K. A. (2021). Ballet theater in the culture of Ukraine in the mid-1950s-1970s of the 20th century. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. national University of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].

8. Markevich, L. A. (2019). Transformation of the artistic language system of the Ukrainian national ballet performance in the 20s–80s of the 20th century. Extended abstract of candidate's thesis. Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].

9. Morozov, A. I. (2019). Virtuoso movements in Ukrainian folk-stage dance: origins, evolution, modern trends. Extended abstract of candidate's thesis.

Kyiv. national University of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].

10. Mostova, I. S. (2019). Artistic and artistic aspects of identification of folk dances of Slobozhanshchyna in the context of socio-cultural development of the region. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv. state Acad. cultures Kharkiv [in Ukrainian].

11. Pidlypskyi, A. I. (2020). Folk and stage choreographic culture of the Ternopil region of the mid-20th – early 21st centuries. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. national University of Culture and Arts. Kyiv [in Ukrainian].

12. Semenova, N. M. (2019). National ballet performance in the Ukrainian choreographic culture of the 20th – early 21st centuries. Candidate's thesis. Kharkiv. derzh. akad. kultury. Kharkiv [in Ukrainian].

13. Tymchula, A. V. (2021). Folk choreographic art of Ukrainians of Transcarpathia in the second half of the 20th - beginning of the 21st century. Extended abstract of candidate's thesis. Nat. Acad. driver personnel of culture and arts. Kyiv [in Ukrainian].

14. Shchur, L. B. (2021). Folk choreographic culture of Western Podillia: transformation and preservation of the dance tradition. Extended abstract of candidate's thesis. DVNZ «Prykarpattia. national University named after Vasyl Stefanyk». Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 12.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 23.11.2022

УДК 327.8:008(520)
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270551

Цитування:
Руських С. О. Національні архетипи в сучасному змісті моделі японської культурної політики. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 72–78.

Ruskykh S. (2022). National Archetypes in Modern Content of Japanese Cultural Policy Model. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 72–78 [in Ukrainian].

Руських Софія Олегівна,
аспірантка Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова
https://orcid.org/0000-0003-1923-5590
Birthday.of.life@gmail.com

НАЦІОНАЛЬНІ АРХЕТИПИ В СУЧАСНОМУ ЗМІСТІ МОДЕЛІ ЯПОНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

Мета роботи – розкрити зміст та основні напрями реалізації моделі культурної політики Японії; обґрунтувати її особливості, пов'язані з традиційним світосприйняттям, візуальністю, чуттєвістю, східною естетикою та поєднані з орієнтацією на загальнолюдські цінності. Ця модель, основним реципієнтом якої є молодь, на відміну від багатьох моделей західних країн, реалізується в межах масової культури, суттєво впливає на американську культуру та є привабливою для мешканців інших регіонів. **Методологія дослідження** статті полягає у використанні таких підходів, як синхронний та діахронний аналіз, феноменологія і герменевтика в підборі та аналізі творів мистецтва, стратегії культурної політики Японії. **Наукова новизна** полягає в здійсненні культурологічного аналізу поєднання традиційних та сучасних культурних надбань у таких провідних жанрах японського візуального мистецтва, як аніме та манга. **Висновки.** Завдяки чуттєвій сутності натури авторів, продукти японської креативної індустрії рефлектують над такими важливими загальнолюдськими проблемами, як екологія, соціальна несправедливість, моментами важливих емоційних переживань підлітків у їх ніжному віці та сімейними цінностями. Важливе контекстуальне наповнення аніме та манги подано в надзвичайно естетичній візуальній формі, що часто дає змогу прирівнювати анімаційні й літературні витвори до творів мистецтва. Шанувальники певну кількість анімаційних фільмів і серіалів вважають прикладом ідеального балансу візуального та смислового навантаження, що дає можливість як поринути у філософічні роздуми стосовного смислу буття, свого місця в соціумі чи існуванні дихотомії добро-зло, так і просто задовольнити естетичні потреби в споглядання прекрасного. Отже, поєднання японської думки та західних технологій реалізувалося в продуктах – аніме та манґа, що стали бажаними в європейських та західних країнах.

***Ключові слова*:** культурна політика, Японія, аніме, манґа, синтоїзм, візуальне мислення, традиційність, загальнолюдські цінності.

Ruskykh Sofiia, *Graduate Student, National Pedagogical Dragomanov University*

National Archetypes in Modern Content of Japanese Cultural Policy Model

The purpose of the article is to reveal the content and main directions of implementation of the model of cultural policy in Japan. Its peculiarities related to the traditional worldview, visuality, sensuality, and oriental aesthetics, and combined with the orientation towards human values are substantiated. This model, the main recipient of which is young people, unlike many models of Western countries, is implemented within the framework of mass culture, significantly influences American culture and is attractive to residents of other regions. **The researchmethodology** consists in the use of such approaches as synchronic and diachronic analysis, phenomenology and hermeneutics in the selection and analysis of works of art, strategies of cultural policy of Japan. **Scientific novelty** of the work is the first cultural analysis of the combination of traditional and modern cultural heritage in such leading genres of Japanese visual art as anime and manga. **Conclusions**. Due to the sensual nature of the authors' nature, the products of the Japanese creative industry reflect on such important universal problems as ecology, social injustice, moments of important emotional experiences of teenagers at their tender age and family values. The important contextual content of anime and manga is presented in an extremely aesthetic visual form, which often makes animation and literature equal to works of art. Many animated films and series are considered by connoisseurs to be an example of an ideal balance of visual and semantic load, which allows both to plunge into philosophical reflections on the meaning of life, one's place in society, or the existence of the dichotomy of good-evil, and simply to satisfy aesthetic needs in contemplation of beauty. Thus, the combination of Japanese thought and Western technology was realised in products – anime and manga – that became desirable in European and Western countries.

Key words: cultural policy, Japan, anime, manga, Shinto, visual thinking, tradition, universal values.

© Руських С. О., 2022

Актуальність теми дослідження. Кожна країна прагне активно просувати свої цінності і надбання передусім через культурну політику на міжнародної арені. Остання є важливим інструментом «м'якої сили» країни – неагресивного способу одержання та утримання авторитетної позиції в політиці, економіці на світовій арені.

Аналіз досліджень і публікацій. Культурну політику Японії вивчали такі науковці, як: Н. Карпчук, Н. Дорош, В. Хоменко, Я. Авдєєв, І. Койке, Н. Танака, Я. Ватанабе, Д. МакКоннел, Дж. Круічлоу. Концепції синкретичного вірування в японській культурі досліджують К. Тошіо, Дж. Доббінс, А. Ланде, Д. Гельнер, Дж. Брін. Вплив традиційних культурних елементів на сучасне життя японців відображено в працях Р. Бенедикт, С. Топалова, А. Кирда, А. Алісон.

Мета роботи – розкрити зміст та основні напрями реалізації моделі культурної політики Японії; обґрунтувати її особливості, пов'язані з традиційним світосприйняттям, візуальністю, чуттєвістю, східною естетикою та поєднані з орієнтацією на загальнолюдські цінності. Ця модель, основним реципієнтом якої є молодь, на відміну від багатьох моделей західних країн, реалізується в межах масової культури, суттєво впливає на американську культуру та є привабливою для мешканців інших регіонів.

Виклад основного матеріалу. Метою зовнішньої культурної політики Японії є прибирання відчуженості між японською та західною культурою без пристосування до другої, але з активним поширенням власної національної політики [10, 177]. Таку модель можна означити як масово-традиційно філософсько-естетичну. Орган поширення японської культури Японський фонд реалізовує повномасштабний вихід японської культури на міжнародну арену шляхом посилення контролю діяльності у сфері культури, створення нових спеціалізованих закладів для проведення цих видів діяльності та підвищення бюджету, що виділяють на міжнародну культурну діяльність. Вагомими культурними продуктами Японії, що мають шанувальників практично в будь-якій країні світу, є японські комікси *манґа* та анімаційні фільми й серіали *аніме*, існування та вироблення яких вийшло далеко за межі материнської країни.

2002 року Японія затвердила стратегію нової моделі культурної політики, яка отримала назву Cool Japan («Крута Японія»), у 2013 році – заснувала Cool Japan Fund Inc. [9]. Її завдання – посилення бренду нації. Були визначені стратегічні напрями реалізації в усіх сферах масового виробництва: відеоігрова індустрія, літературна сфера (новели, романи, манґа), аніме та кіномистецтво, мода, комерційні продукти, традиційна кухня, сфера роботобудування, розробка екологічно чистих технологій та інших високотехнологічних промислових продуктів.

Особливість моделі японської культурної політики полягає в тому, що вона орієнтована передусім на молодь, підлітків. Діти та платоспроможні дорослі однозначно є важливою цільовою аудиторією японських творців аніме та манґи, однак підлітки та дорослі, які шукають контент для задоволення потреб внутрішньої дитини, стали тією вдячною масою споживачів, завдяки якій Японія проявила світу не зайняту ніким до неї нішу. Маючи у своєму культурному коді чуттєвість, ніжність, потяг до істинності, правильності, краси, романтичності, поєднаний з вихованою впродовж століть дисципліною, вірністю, моральними орієнтирами (доброчинностями, чеснотами), відсутність дихотомії добро-зло, японські автори змогли створити продукти, що стали для рефлексивної молоді певним джерелом інформації, відповідями на питання, повчально-розважальним контентом. Рефлексія над основними загальнолюдськими цінностями: краса, істина, добро та благо – наявна у великій кількості контенту.

Такою кореляцією з потребами молоді японське анімаційне мистецтво передусім завдячує тому, що японський народ орієнтований на набуття знань та формування навичок для власного виживання і розквіту. Сучасні японці є носіями синкретованих традицій та цінностей, які сформували їхній менталітет та особливий темперамент. Традиційні риси японської культури випливають з автентичних та прийдешніх вірувань: шаманізм, синтоїзм, конфуціанство, езотеричний буддизм, даосизм, – з їхньої взаємодії та кінцевої синкретизації. Синто-буддистський синкретизм – *сінбуцу-сюго* – проявився в практичному підході до двох вірувань. Традиційні синтоїстські священні місця стали прихистком для храмових споруд буддистських божеств, *камі* ж – синтоїстські божества – записувалися до ряду *бодгісаттв* (просвітлених істот в буддизмі). У будинках японців з'явилися маленькі буддистські вівтарі для пошани померлого родича, а запозичені ритуали дали змогу проводити своєрідне очищення навіть тих проявів людського буття,

що з боку синто вважалися надзвичайно не чистими. Так, сильним джерелом погані, нечистості, осквернення – *кеґаре* – сприймалися кров, хвороби, смерть, і, наприклад, буддистські поховальні допомогли впорядкувати ставлення доподібних осквернень.

Свою репрезентацію в літературному та візуальному мистецтвах знаходять такі релігійні та морально-етичні складові японського менталітету, як: принцип ієрархічної, корпоративної свідомості; культура сорому; традиційна храмова та житлова архітектура (включаючи ритуали та правила поведінки, притаманні сакральним і мирським способам життя), ситуативна етика; традиційний одяг; вагомі історичні посади: *сьоґун, самурай, даймьо, ніндзя*, що є майстрами *ніндзюцу* та практикують *сюґендо* (сукупність аскетичних практик); морально-етичний кодекс *бушідо*; культура храмових служниць-жриць *міко*; *ямабусі* – гірські відлюдники, представники буддійських шкіл; образна символічність певних представників рослинного й тваринного світу; представники міфологічного фольклору – *камі, йокаї, бакемоно* тощо.

Манґа та аніме насичені різноманітними жанрами, і в кожному з них можна визначити ключові репрезентативні елементи [2]. У жанрі *шьонен*, цільовою аудиторією якого є юнаки та підлітки, найчастіше бачимо духів, монстрів, представників воєнної справи (*йокаї, ямабусі, ніндзя, самураї, жреці*). Твори в жанрах *меха* (від англ. *mechanism*), жанрі про людиноподібні машини, та псевдоісторичному змальовують рефлексію на імперіалістичні посягання Японії та теорії «всьому своє місце». [1, 22]. В найпопулярніших жанрах романтики та повсякдення репрезентують культуру сорому та ієрархічність стосунків, рефлексію над своїм місцем у соціумі; показують поведінкові патерни в рольових моделях злодій-жертва, що наявні в повсякденному шкільному та дорослому житті; навчають глядача ставитися до себе як до індивіда в колективі, нагадують про такі загальнолюдські цінності, як любов, вірність, дружба.

Конфуціанський морально-етичний устрій вплинув на структурну вертикаль взаємостосунків японців, чітко означив у ній ролі та способи дотримання цих ролей. Повсякчас у манзі та аніме можна побачити цю ієрархію, що пронизує як сімейне, так і корпоративне життя японців. Наприклад, у манзі та аніме «Наруто», коли глядач чує, як головний герой Наруто звертається до свого наставника Какасі – *сенсея*, він розуміє, що хлопець та Какасі перебувають у стосунках учень-вчитель. При цьому не обов'язково навіть озвучувати прізвище чи ім'я вчителя. Можливо сказати лише *сенсей* (вчитель) або *семпай* (суфікс, що використовують при звертанні до молодших учнів до старших) – і людина, що в репрезентованому соціумі посідає це положення, зрозуміє, що звертаються до неї. Якщо в манзі та аніме «Крутий вчитель Онідзука» однойменний головний герой звертається до свого друга Рюзі *анікі* (сленгове шанобливе звертання як до старшого брата), глядач розуміє, що ці персонажі належать до хуліганів (або *якудзи*), мають близькі дружні та поважні стосунки.

Говорячи про синтоїзм, безумовно, передусім згадаємо безліч манґ та аніме, у яких ідеться про божества – *камі*. Це: «Кошик з фруктами», «Дуже приємно, бог», «Зошит смерті», «Бліч», «Безхатній бог» і відомий на весь світ повнометражний анімаційний фільм «Принцеса Мононоке», «Блакитний екзорцист» тощо. У світосприйнятті японців буденне життя не мислиться без наявності в ньому божеств та богів. Концепція восьми мільйонів богів – *яойородзу-но камі* – є широким полем для створення нових або використання наявних сюжетів про життя та пригоди богів, їхніх послідовників і супротивників. Саме тому частіше героями постають не основні синтоїстські боги, а одні з безлічі наявних богів речей, явищ природи чи навіть божества, яких митці вигадали самі. Хоча не можна не забувати про репрезентацію вманзі та багатосерійному аніме «Наруто» сил таких центральних богів пантеону, як *Аматерасу*, *Ідзанамі* та *Ідзанаґі*, божества *Сусано* та його меча *Кусанаґі*.

Щодо місцевих богів, які захищають певні території, місцевості – *тотіґамі*, можна відзначити, що, хоча основною їхньою функцією є захист земель, покровителем яких це божество є, до порушників їхнього спокою, що без дозволу ступають на підвладний простір, божества ставляться досить грізно, не виказуючи гостинність. Однак після приходу буддизму божества синтоїстського пантеону, що раніше не були антропоморфні, не мали емоційної проявленості, не співчували людям, стали аватарами будд – *бодгісаттвами*. А отже, стали відповідати на звертання людей уже як надсутності, які все ще не перебувають у матеріальному світі, але й

не знаходяться лише у світі божественному, є хранителями власної мудрості та слугують інструментом людей для пізнання самих себе, регуляції своєї *карми* [3, 41].

У манзі та аніме подібні божества слугують, можна сказати, тільки практично: очищують погань та вислуховують молитви. Погань очищується за допомогою ритуалів. Погань душі, що випливає з нечестивих вчинків людини, божество по-буддистськи прибирає проповідуванням людині, аби та усвідомила свою провину та виправилася, не притягуючи зло у своє життя та життя оточення, тим самим слугуючи загальній людські меті – викорінення зла-погані зі світу загалом. Саме тут перегукується головна цінність синтоїзму – *макото*, тобто щирість, справжність, прямота, та буддійська концепція зла (або погані), що людина сама причиняє собі та світові шляхом власних помислів та вчинків.

В цьому контексті цікаво розглядати манґу та ранобе як спосіб саморефлексії японської свідомості. Устами писаних, мальованих чи анімованих персонажів говорить власне автор – японець, представник японської культури, носій японського культурного коду (мовлячи наразі лише про продукти японського походження). Коли змальоване божество Ято в аніме «Безхатній Бог» промовляє до глядача: «Благословення та прокляття працюють однаково. Якщо думати про них досить сильно, вони стануть реальністю», то через ці слова автор нагадує про буддійську дхармову структуру всього ілюзорно сутнього [6]. Все мисляче є мисленнєвим, понятійним, отже, справжнім у своїй ілюзійності, і тим більше справляє ефект на людину та оточення, що більше перебуває в стані мислеформи в її свідомості. Точне вказування на вагомість та впливовість думки на стан людини та інших навколо.

Також у цьому аніме вартим уваги є спосіб осмислення пізнання богом людської сутності в її дихотомії добро-зло. Ято як божество має священний скарб-зброю, який раніше був хлопчиком, помер та уклав договір як зброю з Ято. Але, залишаючись з душею людини, хлопчик був схильний до нечестивих вчинків, що поганили його та його божество. На зауваження про цю погань божество відповіло: «Біль від опоганення [осквернення] душі йде від зброї до власника, та не навпаки. Зброя раніше була людьми, а всі люди грішні. Образи, страх, заздрість, страсті, печаль, жадібність… Та багато іншого, що штовхає до спокуси. Гріх обертається болем, так ми й пізнаємо за допомогою зброї, що є добро, а що є зло… Лише люди відокремлюють добро від зла. Але зовсім не боги. Іншими словами, богам усе дозволено. Вони можуть ранити кого завгодно та навіть вбити. Одного разу я покараю Юкіне [зброю Ято], і це буде божа кара… Кожне слово бога – це закон, та кожна його дія правильна» [6]. Однак, не задумуючись у ситуації, коли треба жертвувати власним існуванням заради спасіння людського, божество не вагається та спричинює страждання за людську душу, тим самим означаючись у сюжетній канві, а отже, у свідомості автора, як власне буддійська концепція *бодгісаттви*, що жертвує власним місцем у нірвані задля допомоги людям.

Синтоїстський містицизм проявляється також у *котодама* – магії душі слова, за яким, знаючи справжнє ім'я людини, можна мати владу над нею, а знаючи ім'я божества, можна мати з ним більш близькі стосунки.

Отже, можемо зазначити, що репрезентація синтоїстських божеств відповідає за морально-ціннісні орієнтири, тоді як репрезентація *йокай*, *оні*, *бакемоно, мононоке* зазвичай пов'язана з екологічною тематикою або місцевою поганню [4].

Храмові служниці *міко*, що стали пережитком шаманізму та посіли свою скромну нішу при синтоїстських і буддистських храмах, також репрезентовані в анімованому світі, де змагаються з поганню і перемагають її [7]. Зазвичай це дівчина, як і в міфологічному та реальному житті, що є або вихідцем із сім'ї корінних священнослужителів, або ж ні, та при монастирі виконує функцію людини, що проводить ритуали, зокрема танець *кагура*, що дозволяє духу спуститися на жрицю, яка стає його тимчасовим вмістилищем для проведення обряду чи гадання. Міко можуть мати або дар яснобачення, або сильно розвинену інтуїцію, відрізняти злих духів від добрих, мати талант до очищення погані, написання заклинань чи стрільби з лука (що є сакральним і в синтоїзмі, і в буддизмі), користуються магією *о-фудо*. В манзі та аніме зазвичай міко вдягнені в характерний білий одяг та *хакама* (довгі штани в складку) насиченого червоного кольору.

Згодом міко почали змальовуватися як звичайні люди, що або наділені магічними силами, або здатні до прямої шаманської місії – бути певним вмістилищем богів, або ж просто бачать надприродне в повсякденному житті. Яскравим прикладом цього слугує манґа, а згодом – аніме-адаптація «Король Шаманів», де в людському світі існують шамани – люди,

які можуть спілкуватися з духами, бачити їх та дозволяти їм вселятися в них в обмін на використання духовних магічних сил. В центрі сюжету – Йо Асакура, хлопчик-шаман, який має пройти жорсткий відбір і стати королем шаманів – людиною, яка буде володіти силою самого короля шаманів. І не дати своєму братові-близнюку – Хао Асакура – заволодіти цією силою, бо наміри він має недобрі, і задля їх утілення вже втретє реінкарнує в цьому світі (буддійська концепція перероджения).

Прикладом сучасної міко можна назвати головну героїню манґи, а згодом – аніме «Дівчина, що бачить це». Головна героїня є звичайною старшокласницею, має чорне волосся та карі очі, носить шкільну форму, однак володіє силою бачити привидів. Зазвичай це невпокоєві душі померлих, які, за віруваннями, є як невпокорені душі предків, яких треба задобрити за допомогою ритуалів. Такі душі можуть завдати шкоди звичайній людині, якщо та побачить або почує їх та дозволить стати одержимою собою. Міко – ім'я головної героїні, що напряму вказує на її містичне положення в житті. Дівчина спершу ціною неабияких вольових зусиль робить вигляд, що не помічає нічого (як одна з крайнощів, що описана в ранньому буддизмі – до поганого людина або лине, або відштовхується від нього, не звертає уваги), та згодом, розуміючи, що сама не впорається, дівчина укладає контракт з місцевим божеством, помічники (*сікіґамі*) якого захищають її від духів [5].

Загалом віра в *горьо*, мстивих духів минулого, з'явилась дуже давно, і задля забезпечення собі спокійного життя люди готові практикувати будь-які релігії, аби упокоєння відбулося. Для цих духів будували священні храми, де їм молилися як камі, проводили релігійні спеціальні свята-фестивалі *мацурі*, поминальні служби, що змішували в собі обряди релігійного даосизму, синто та буддизму. Подібний змішаний підхід для досягання цієї цілі можна побачити в манзі, згодом – аніме адаптації «Блакитний екзорцист» (назва вже вказує глядачеві на містичні практики). В ньому зображені два світи – людський та демонічний, де за людський світ змагається команда, що включає в себе і християнських екзорцистів, і синтоїстських жриць-міко, і монахів, які є адептами езотеричного буддизму, і демонів, що стали «добрими», і надприродних сутностей – *йокай*, і родових магів ін-ян *оммьодзі*. Останніх часто репрезентують як високоморальних, освічених людей, які працюють на державних або законопорядних посадах, працюють у сфері безпеки (переважно державної), захищають пересічних громадян, політиків від демонів або злочинців, що володіють магією. Вони часто обдаровані, їх можна назвати геніями. Для боротьби використовують магічну схему – зірку з п'ятьма кінцями, вписану в коло, паперові обреги *о-фуда*, фамільярів-духів, що прислужують (*сікіґамі*), такі елементи езотеричного буддизму, як читання сутр та складання мудр.

Якщо говорити про *самураїв*, то вони представлені в достатній кількості манґ та аніме. Відомими прикладами є: «Самурай Чамплу», «Дороро», «Гінтама». Незалежно від обставин самураї слідують кодексу *бушідо*, за яким самурай має жити, знаючи, що смерть може прийти в будь-який момент, залишатися вірним своєму васалові, нічого не боятися, залишатися стійким, постійно покращувати себе як особистість, бо лише маючи високу мораль та будучи доброчинним, самурай зможе слугувати ближньому [11, 194]. Своєрідною рефлексію самурая на буття є репліка персонажа Дзін з аніме Самурай Чамплу на таке питання: «Люди народжуються вільними. Їхнє призначення – не в тому, щоб бути чиїмись васалами. Так я думав раніше. Але чи не суперечить шляху воїна?» – «Свободу не можна здобути шляхом страждання чи сили. Ні твій статус, ні рід заняття не мають значення. Прийняти себе таким, яким ти є, і жити відповідно до цього. Це і є свобода» [8].

Самураї, власне, є людьми, які найкраще репрезентують розуміння принципу *моно-но-аваре* – сумної чарівності речей. Розуміючи неминучість смерті, готовність до неї в будь-яку хвилину, воїн як ніхто зосереджується на навколишньому світі, своїх переживаннях щодо контакту з ним, красі в собі та в оточення. «Якщо хочете мати гарні очі, – каже Будокіба з аніме Самурай Чамплу, – дивіться на гарні речі» [8].

Ієрогліфічна писемність – образна, символьна – сформувала манеру мислення образами, візуальне сприйняття. Тобто бачити максимум інформації в тому, що навколо: наочні предмети та явища є носіями культурної конотації. В контексті квітів – в манзі та аніме їх використовують як спосіб презентації персонажа, його характеристик без безпосередньої розповіді про це. Глядач / читач отримує інформацію про

персонажа, ґрунтуючись на базовому знанні культурних конотацій квітів (якщо споживач знайомий з японською культурою) або ж стає вимушеним пізнавачем цієї культури для повного розуміння картини (і тоді активізується процес збільшення носіїв японської культурної інформації). Це може бути ім'я персонажа – дівчина на ім'я Сакура з аніме «Наруто», – квітка може бути використана у візуальному оформленні манґи, аніме – *хіґанбана,* квітка лікорис променистий, що є уособленням смерті. Хіґанбана, як і сакура, може траплятися не лише як символ-квітка, а й бути ім'ям персонажа, який уособлює рослину, наприклад, як в однойменній манзі «Танцююча Хіґанбана». Значення квітів базується на традиційному фольклорі, зокрема в поезії, де репрезентують подекуди фізичні властивості квітів. Український фольклор також має легенди та розповіді про трави, їхні назви відображують фізичні чи лікувальні властивості трав, однак ми не маємо практики давати імена квітів.

Наукова новизна статті полягає в здійсненні культурологічного аналізу поєднання традиційних та сучасних культурних надбань у таких провідних жанрах японського візуального мистецтва, як аніме та манґа.

Висновки. Отже, особливості японської моделі культурної політики в її акценті на масову культуру, підлітка як основного реципієнта та традиційних елементах, що чіпляють власною відмінністю. Манґа в сучасному її розумінні та аніме з технічного боку своїм існуванням завдячують здобуткам американської культури, які були принесені в Японію. Будучи спершу інструментами всередині країни, з початку XXI століття вони стали репрезентантами японського світобачення для іноземних країн. Культурний код японського народу несе в собі цінності, які водночас є і транснаціональними, і притаманними саме для азійських народів. Колективна відповідальність, трудова культура, ієрархічна система стосунків, дисциплінованість та політика «всьому своє місце» в японській свідомості природним чином межує з надзвичайною чуттєвістю, романтичністю, схильністю до істинності та краси. Завдяки чуттєвій сутності натури авторів, продукти японської креативної індустрії рефлектують над такими важливими загальнолюдськими проблемами, як екологія, соціальна несправедливість, емоційні переживання підлітків у їх ніжному віці та сімейні цінності. Важливе контекстуальне наповнення аніме та манґи подано в надзвичайно естетичній візуальній формі, що часто дає змогу прирівнювати анімаційні й літературні витвори до творів мистецтва. Шанувальники певну кількість анімаційних фільмів і серіалів вважають прикладом ідеального балансу візуального та смислового навантаження, що дає можливість як поринути у філософічні роздуми стосовного смислу буття, свого місця в соціумі чи існування дихотомії добро-зло, так і просто задовольнити естетичні потреби в споглядані прекрасного. Отже, поєднання японської думки та західних технологій реалізовано в продуктах – аніме та манґа, що стали бажаними в західних країнах.

Література

1. Benedict R. The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture. Boston, Houghton Mifflin, 2005.321 p.
2. Cho H., Disher T., Lee W., Keating S. A., Lee, J. H. Facet Analysis of Anime Genres: the Challenges of Defining Genre Information for Popular Cultural Objects. *Knowledge Organization.* 2018. Vol. 45. № 6. Pp. 484–499.
3. Kochinski L. Negotiations Between the Kami and Buddha Realms: The Establishment of Shrine-Temples in the Eighth Century. *Kyushu University, School of Letters, Graduate School of Humanities, Faculty of Humanities*. 2016. Vol. 1. Pp. 39–45.
4. Miyazaki H. Mononoke Hime (яп. もののけ姫/ укр. Принцеса Мононоке). *Токі, Ghibli.* 1997. 133 хв. URL: https://myanimelist.net/anime/164/Mononoke_Hime (дата звернення: 25.09.2022).
5. Ogawa Y. Mieruko-chan (яп. 見える子ちゃん / укр. Дівчинка, що бачить це). *Токіо, Passione*. 2021. 12 серій. URL: https://myanimelist.net/anime/48483/Mieruko-chan (дата звернення: 25.09.2022).
6. Tamura K. Noragami (яп. ノラガミ/ укр. Безхатній бог). *Токіо, Bones.* 2014. 12 серій. URL: https://myanimelist.net/anime/20507/Noragami (дата звернення: 25.09.2022).
7. Sari Herlina Sunatri, Ni Luh Suparwati, M. Egi Wardana. Identification of miko in japan: religious and changing roles as a part-time employee. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*. 2021. Vol. 1. № 2. Pp. 161–168.
8. Watanabe S. Samurai Champloo (яп. サムライチャンプルー/ укр. Самурай Чамплу). *Токіо, Manglobe.* 2004. 26 серій. URL: https://myanimelist.net/anime/205/Samurai_Champloo (дата звернення: 25.09.2022).
9. What is Cool Japan Fund? About Cool Japan Fund. Cool Japan Fund. 2022. URL: https://www.cj-fund.co.jp/en/about/cjfund.html (дата звернення: 25.09.2022).

10. Карпчук Н. Культурна дипломатія Японії. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. Р. ІІІ. Регіональні студії*. 2021. Вип. 3 (11). С. 169–181.

11. Осика О., Осика К. Теоретичний аналіз філософсько-психологічних основ моральних принципів бусідо. *Проблеми сучасної психології*. 2019. Вип. 44. С. 187.

References

1. Benedict, R. (2005). The chrysanthemum and the sword: patterns of Japanese culture. 1st Mariner Books ed. Boston, Houghton Mifflin [in English].

2. Cho, H., Disher, T., Lee, W., Keating, S. A., Lee, J. H. (2018). Facet Analysis of Anime Genres: the Challenges of Defining Genre Information for Popular Cultural Objects. Knowledge Organization, 45 (6), 484-499 [in English].

3. Kochinski, L. (2016). Negotiations Between the Kami and Buddha Realms: The Establishment of Shrine-Temples in the Eighth Century. Kyushu University, School of Letters, Graduate School of Humanities, Faculty of Humanities, 1, 39-45 [in English].

4. Miyazaki, H. (1997). Mononoke Hime (jp. もののけ姫). Токіо: Ghibli. URL: https://myanimelist.net/ anime/164/Mononoke_Hime [in English].

5. Ogawa, Y. (2021). Mieruko-chan (jp. 見える子ちゃん). Tokio: Passione. Retrieved from: https:// myanimelist.net/anime/48483/Mieruko-chan [in English].

6. Tamura, K. (2014). Noragami (jp. ノラガミ). Tokio: Bones. Retrieved from: https://myanimelist. net/anime/20507/ Noragami [in English].

7. Sari, Herlina Sunatri, Ni, Luh Suparwati, M., Egi Wardana. (2021). Identification of miko in japan: religious and changing roles as a part-time employee. Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya, 1 (2), 161–168 [in English].

8. Watanabe, S. (2004). Samurai Champloo (jp. サムライチャンプルー). Токіо, Manglobe. Retrieved from: https://myanimelist.net/anime/205/Samurai_Champloo [in English].

9. What is Cool Japan Fund? About Cool Japan Fund. Cool Japan Fund. Retrieved from: https://www.cj-fund.co.jp/en/about/cjfund.html (дата звернення: 25.09.2022) [in English].

10. Karpchuk, N. (2021) Kuljturna dyplomatija Japoniji. Mizhnarodni vidnosyny, suspiljni komunikaciji ta reghionaljni studiji. Rozdil III. Reghionaljni studiji, 3 (11), 169–181 [in Ukrainian].

11. Osyka, O., Osyka, K. (2019). Teoretychnyj analiz filosofsjko-psykhologhichnykh osnov moraljnykh pryncypiv busido. Zbirnyk naukovykh pracj "Problemy suchasnoji psykhologhiji", 44, 187 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 07.10.2022
Отримано після доопрацювання 09.11.2022
Прийнято до друку 16.11.2022

УДК 008.398
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270552

Цитування:
Ясюк Т. Л. Культурологічний підхід у дослідженні взаємодії популярної та народної музичної культури у творчості українських вокально-інструментальних ансамблів 1960–1980 років. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 79–85.

Yasiuk T. (2022). Cultural Approach in Scientific Research Activity of Interaction Between Popular and Folk Musical Culture in Creativity of Ukrainian Vocal-Instrumental Ensembles of 1960s and 1980s. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 79–85 [in Ukrainian].

Ясюк Тамара Леонідівна,
аспірантка Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-6182-1019
aspirantura@nakkkim.edu.ua

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ ВЗАЄМОДІЇ ПОПУЛЯРНОЇ ТА НАРОДНОЇ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ У ТВОРЧОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ВОКАЛЬНО-ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ АНСАМБЛІВ 1960–1980 РОКІВ

Метою роботи є виявлення типів взаємодії вітчизняної популярної культури 1960–1980-х років, представленої вокально-інструментальними колективами, і народної музики та визначення шляхів її розвитку в цей період. Основним **методом дослідження** є системний аналіз культурного зрізу нашої естради 1960–1980-х років, описовий підхід забезпечує розкриття найбільш повної картини української попмузики, що дає змогу з різних сторін проаналізувати проблему її еволюції в авторському, виконавському, освітньому, просвітницькому, розважальному контексті. **Наукова новизна** полягає в ґрунтовній систематизації творчості вітчизняних ВІА у світлі взаємодії з фольклором за роками видання альбомів, синглів; уперше представлено перелік естрадних обробок українських народних пісень найбільш відомими колективами; також висвітлено загальну тенденцію щодо проникнення народнопісенних і танцювальних інтонацій в авторські композиції, показано комбіновані типи (використання в одному творі авторської музики та народної поезії і навпаки). Доведено, що регіональний чинник не локалізується у творчості окремих ВІА, а є загальним для багатьох: обробки пісень різного регіонального походження трапляються у творчості ансамблів всіх областей України. **Висновки**. Період 1960–1980-х років в українській популярній культурі є визначним з погляду нових підходів до авторства та виконавства. Саме тоді вона набуває найбільшої масовості. Це час зародження професійної естрадної освіти, функцію якої частково виконували вітчизняні ВІА, досвід роботи в ансамблях забезпечував професійну майстерність виконавців. Народна музична культура стає невід'ємною частиною репертуару колективів у вигляді естрадних обробок, жанрових стилізацій. Спрямованість на фольклор демонструють усі відомі ВІА того періоду, значно розширюється коло оригінальних народних пісень, які обробляли естрадні музиканти. Відбувається тотальне оновлення всіх засобів виразності, пов'язаних з тенденціями розвитку європейської попкультури, до якої повною мірою належить вітчизняна.

Ключові слова: ВІА, попкультура, фольклор, естрадна обробка, музичний альбом.

Yasiuk Tamara, *Graduate Student, National Academy of Culture and Arts Management*

Cultural Approach in Scientific Research Activity of Interaction Between Popular and Folk Musical Culture in Creativity of Ukrainian Vocal-Instrumental Ensembles of 1960s and 1980s

The purposeof the article is to identify the types of interaction between the national mass culture of the 60–80s, represented by vocal and instrumental ensembles and folk music, and to determine the trends in its development during this period. **The research methodology** is based on the systematic analysis of domestic pop of the 1960-80's. The descriptive approach provides the disclosure of the most complete picture of Ukrainian pop, which allows different approaches to the problems of its evolution in the author's, performer's, educational, and entertainment context.**Scientific novelty**. The most complete systematisation of the music of national VIE in the context of interaction with folklore (by years of releasing albums, singles), for the first time a list of pop arrangements of Ukrainian folk songs by the most famous ensembles is presented. Besides, the general tendency of penetration of folk song and dance intonations into author's compositions is covered. The combined types, namely the use of author's music and folk poetry and vice versa in one work, are shown. It is proven that the regional factor is not localised in the music of certain ensembles, but is

© Ясюк Т. Л.., 2022

common to many, arrangements of songs of different regional origin are found in the music of ensembles from all regions of Ukraine. **Conclusions**. The period of the 60s and 80s in Ukrainian popular culture is significant in terms of new approaches to authorship and performance. It is then that it becomes mass. This is the time of the birth of professional pop education, the function of which was partially performed by Ukrainian ensembles, experience in ensembles provided professional skills of performers. Folk music culture has become an integral part of the repertoire of bands in the form of pop arrangements, genre stylisations. Orientation to folklore is demonstrated by all well-known ensembles of that period, the range of folk songs processed by pop musicians is significantly expanding. There is a total renewal of all means of expression associated with the development trends of European pop culture, to which the national fully belongs.

Key words: vocal and instrumental ensemble, pop culture, folklore, pop arrangement, music album.

Актуальність теми дослідження. Українська популярна культура має цікаву історію, період кінця 60-х – 80-х років є визначальним у контексті сучасних тенденцій: саме тоді почався новий період, відійшов на другий план «універсалізм», що об'єднав академічний та естрадний стилі, настала епоха ВІА – вокально-інструментальних ансамблів, репертуар яких звучав на танцмайданчиках: скрізь лунали пісні з репертуару «Кобзи», «Смерічки», «Водограю», «Мрії», «Червоної рути», «Арніки», «Світязю». Естрадне виконавство значно «помолодшало», деякі дослідники вважають цей період «золотою ерою» української популярної музики. Загалу полюбилась творчість Володимира Івасюка, Назарія Яремчука, Василя Зінкевича, Софії Ротару, Тараса Петриненка й ін.

Мета дослідження – виявити типи взаємодії вітчизняної популярної культури 1960–1980-х років, представленої вокально-інструментальними колективами, з народною музикою та визначення шляхів її розвитку в цей період.

Аналіз досліджень і публікацій. Сьогодні спостерігаємо інтерес до взаємодії популярної культури та національного музичного фольклору. На творчості ВІА зосереджена увага багатьох дослідників у світлі входження вітчизняної естради в європейський культурний простір, а також її національної особливості: виділяються роботи М. Мозгового, який аналізує стан українського масового мистецтва другої половини XX – початку XXI ст., В. Тормахової, яка присвятила дисертаційну працю та монографію принципам взаємодії популярної та народної музики; В. Овсяннікова, який описує два основних вектори в розвитку вітчизняної попкультури – західний та фольклорний; Ю. Дрябчука, В. Конончука, Б. Кокотайла, які аналізують творчість українських ВІА, та ін.

З оновленням виражальних засобів по-новому відбувається переосмислення фольклорних джерел. Яскравий національний колорит, притаманний українській естрадній музиці того часу, з одного боку, є результатом розвитку традицій, закладених у попередні роки (особливо західноукраїнськими митцями), з другого – самовираженням музикантів нового покоління, яке було народжене після більшості політичних потрясінь, пов'язаних зі світовою війною, боротьбою повстанських загонів української армії проти радянської окупації. Часткова легалізація буржуазної популярної культури сприяла тотальному оновленню вітчизняної естрадної музики, послаблення ідеологічної цензури надало змогу авторам більш сміливо втілювати свої задуми. Злиття популярного в ті часи диско з національними музичними джерелами дало вибуховий результат: ці пісні співали в усіх республіках колишнього СРСР [6, 38]. Поширення українськомовного пісенного репертуару сприяло «українізації» суспільства, що насправді було феноменом, – Україна лідирувала серед представників інших республік.

Виклад основного матеріалу. Численні ВІА, які з'явились в українській естраді на початку 1970-х років, мали яскраво виражене національне обличчя. У містах утворювались колективи, які дали поштовх багатьом естрадним діячам. Вони стали справжньою виконавською школою, де музиканти набували професійний досвід, відточували свою майстерність. Через брак відповідної освіти ВІА фактично посіли цю нішу. Підготовку естрадних артистів з 1961 року здійснювала Республіканська студія естрадно-циркового мистецтва при Укрконцерті (нині Київська муніципальна академія естрадного та циркового мистецтва), але системна освіта у сфері популярного мистецтва виникла тільки в кінці 1970-х, про що свідчать документи міністерських наказів про відкриття естрадних відділень у Київському та Одеському музичних училищах [3, 100]. Поруч з професійними колективами популярними були й самодіяльні [4, 77], які виникали при великих підприємствах – так, наприклад, починав ВІА «Світязь». Професійні музиканти, які створювали естрадні ансамблі, керували ними або брали в них участь, опановували

виконавську манеру, електронні музичні інструменти теж самотужки. Зарубіжний досвід був майже не доступний, працювати із зірками світової попмузики не було можливості. Відомості про загальну картину попкультури світу були фрагментарними. Тільки завдяки ентузіазму музикантів поширювались записи, які й слугували прикладом для вітчизняних виконавців. Водночас, виник симбіоз популярної музики з фольклорними джерелами, що проявлялось не тільки у використанні народнопісенного та народно-танцювального матеріалу у вигляді обробок (аранжувань) або стилізацій; певна манера виконання, костюми, декорації доповнювали художні образи та додавали неповторного колориту й цілісності. Отже, ВІА стали своєрідними «факультетами» для естрадних виконавців: якщо подивитись на історію та кількість їхніх учасників, можна побачити, що впродовж існування колективів змінювався численний та якісний склад. Звичайною практикою було те, що музиканти працювали в кількох ВІА, для деяких робота в ансамблях давала поштовх сольній кар'єрі: Софії Ротару, Лілії Сандулесі, Оксані Білозір, Вікторові Шпортьку й ін.

Одним з перших колективів, який випустив альбоми з естрадними обробками народних пісень, був львівський ВІА «Арніка», створений 1971 року в результаті злиття декількох ансамблів: «Еврика» (художній керівник – Юрій Варум), частина бенду «Медікус» (на чолі з Володимиром Кітом), до яких доєднався гітарист з рок-групи «Quo Vadis» Віктор Морозов, який став керувати великим колективом, у якому впродовж декількох років працювали майже 40 музикантів [2, 131].

1973 року учасники ВІА «Арніка» записали альбом з естрадними обробками народних пісень: «Погнівався мі» (лемківська пісня, обр. Володимира Морозова), «Чорна рілля ізорана»[1] (козацька пісня, обр. Володимира Морозова), «Чорні очка, як терен» (закарпатська полька, обр. Ореста Дутка), єдина стилізація «Пусти мене, батьку, на весілля» (муз. Володимира Кіта, сл. Ксенії Морозової). В альбом 1974 року включено обробки трьох українських народних пісень: лемківська пісня «Як я спала на сені» (в обр. Віктора Морозова), веснянка «Ой на горі під вербою» (в обр. Віктора Морозова), лірична «Ходила я по садочку» (в обр. Віктора Морозова). В альбом 1981 року увійшла лемківська пісня «Шаленець» (в обр. Олександра Левінсона). 2012 року завдяки Володимирові Васильєву був виданий диск, у який увійшли записи 1973–1981 років, зокрема народні пісні: «Ой на горі під вербою», «Чорна рілля ізорана», «Чорні очка, як терен», «Як я спала на сені», «Крайня хатка» (муз. Гамми Скулинського на слова народної пісні), «Мила моя, мила» (в обр. Віктора Морозова), «Лугом іду, коня веду» (в обр. Романа Лодзинського). Деякі пісні є стилізаціями: «Зозуля» (муз. та сл. Ярослава Віджака), «Вишнева сопілка» (муз. Олексія Екимяна, сл. Юрія Рибчинського), «Колискова до Мар'янки» (муз. Віктора Морозова, сл. Майка Йогансена), «Пусти мене, батьку, на весілля».

Музична стилістика колективу вражає різноманітністю: диско, рок-н-рол, регі, психоделічний рок, ліричні балади, стилізації пісенно-танцювального фольклору, романс, блюз, свінг, бі боп, рокабілі. Це, з одного боку, було загальною тенденцією того періоду, коли частково була легалізована «буржуазна» популярна культура, з іншого – відбивало різні художні смаки музикантів, зокрема керівників ансамблю, адже таким стильовим плюралізмом відрізнявся тільки цей колектив.

Вінницько-Чернівецький ВІА «Смерічка» передусім асоціюється із солістами Назарієм Яремчуком та Василем Зінкевичем, але ансамбль заснував задовго до появи в ньому славетних виконавців композитор Левко Дудківський – 1966 року [8, 1200–1201]. Музиканти швидко стали популярними в молодіжному середовищі. На танцювальних майданчиках звучали хіти Елвіса Преслі, «Бітлз», «Роллінг стоунз», Луї Армстронга, Адріано Челентано, Тома Джонса та Карела Готта у їх виконанні. Цей досвід знадобився в майбутньому: згодом оригінальні пісні ансамблю органічно поєднували стилістику рок та попмузики з гуцульським і буковинським фольклором. Історія колективу поділяється на декілька періодів, зумовлених місцем розташуванням, музикантами, які йшли чи повертались.

У дискографії ВІА «Смерічка» чимало обробок естрадних пісень – «Ой чия ж то крайня хатка» (муз. Гамми Скупинського на слова народної пісні) 1976 року та «Порізала-м пальчик» і «Ой у лісі під ялинов» (в обр. Віктора Морозова) 1987 року. Окремими синглами виходили обробки пісень «Ой там на горі», «Перелаз», «Тополя» (на сл. Тараса Шевченка), «Повіяв вітер степовий», «Раз над'їхав козак містом», «Стоїть дівча», «Ти до мене не ходи», «Ци ти підеш», «Яворова сопілочка». Але кожний альбом (гігант чи міні) містить чудово стилізовані пісні й шлягери того

часу, які також були близькими до фольклорних джерел: «Мила моя» Володимира Івасюка 1970 року, «Два перстені», «Водограй», «Червона рута» Володимира Івасюка, «Горянка» Левка Дутковського, Миколи Леонтюка та Сергія Борисенка, «Шовкова косиця» Івана Голяка та Володимира Кудрявцева 1976 року, «Жива вода» Анатолія Драгомирецького 1977 року, «Писанка» Павла Дворського та Миколи Ткача, «Чуєш, мамо» Олександра Злотника та Миколи Ткача, «Полісяночка» Геннадія Татарченка та Вадима Крищенка 1987 року, «Чумацький шлях» Ігоря Корнілевича та Анатолія Матвійчука, «Яблука падають в траву» Володимира Прокопика та Ігоря Лазаревського, «Батько і мати» Олександра Злотника та Вадима Крищенка 1990 року; а також сингли, які увійшли в золоту колекцію, видану 2005 року – «Гай, зелений гай» Олександра Злотника та Юрія Рибчинського, «Горобина» Олександра Злотника та Михайла Мельникова, «Заграй, дударику» Остапа Гавриша та Вадима Крищенка, «Зачаруй» Левка Дутковського та Олександра Вратарьова, «Знов я у гори іду» Миколи Мозгового та Юрія Рибчинського, «Квітка розмарся» Олександра Пушкаренка й Миколи Ткача, «Розквітай, Буковино» Левка Дутковського та Івана Кутеня, «Смерекова хата», «Солов'їна пісня» Павла Дворського й Миколи Бакая, «Стожари» Павла Дворського та Вадима Кудрявцева, «Тече вода Черемошем» Віктора Морозова й Неніоли Стефурак, «У Карпатах ходить осінь» Левка Дутковського та Андрія Фартушняка й ін.

Історія луцького ВІА «Світязь» почалась із самодіяльності в Чернівецькому будинку культури текстильників, але прославився ансамбль першим виконанням пісень Володимира Івасюка на телебаченні. Професійного статусу він набув, оновивши склад та отримавши запрошення до Хмельницької філармонії. Майже за 10 років колектив змінював назви, «Світязь» з'явився тільки у 1975 році, тоді ж до нього прийшов Василь Зінкевич. В географії колективу відзначено різні регіони України: Хмельницький, Луцьк, Сімферополь, Львів. У «Світязі» працювало багато музикантів, що свідчить про загальну тенденцію в естрадних колективах того часу.

У репертуарі ВІА «Світязь» обробка народної пісні посідає важливе місце. У різних альбомах були записані «А над водою верба», «Весільні співанки», «Гопак», «Коломийки», «Ой, дівчино, шумить гай», «Ой, не стелися, хрещатий барвінку», «Ой ти, жайворонку», «Ой, чия ж то криниченька», «Піду горами». Репертуар колективу оновився з приходом Василя Зінкевича, було записані цікаві інтерпретації пісень Миколи Мозгового, які мають тісний зв'язок з карпатським фольклором: «Горянка» (на сл. Володимира Кудрявцева), «Знов я у гори іду» (на сл. Юрія Рибчинського), «На щастя, на долю» (на сл. Миколи Ткача), «Мій рідний край», «Моя перша любов», «Розквітай, любов» (на авторський текст); а також Ігоря Поклада, у піснях якого чудово стилізовано народний мелос: «Скрипка грає», «Тече вода» (на сл. Юрія Рибчинського), «Хай щастить» (на сл. Вадима Крищенка).

Київський ВІА «Кобза» спочатку виник як фольклорний інструментальний ансамбль, який заснували студенти-бандуристи Костянтин Новицький і Володимир Кушпет, які експериментували зі звучанням українських народних інструментів – кобзи та старосвітської бандури, звідти походження назви колективу. Музиканти грали на електробандурах, що для того часу було небаченим та одразу привернуло увагу [4, 10]. У 1971 році ансамбль перетворився у вокально-інструментальний, до нього прийшли Валерій Вітер та Валентина Купріна.

Майже в усіх альбомах ВІА «Кобза» є обробки народних пісень. В альбом 1972 року увійшла народна пісня «Та й орав мужик край дороги», стилізовані пісні «Веснянка» (муз. Віталія Філіпенка, сл. Олександра Навроцького), «Голубівна» (муз. Богдана-Юрія Янівський, сл. Богдана Стельмаха), а також «Водограй» (муз. та сл. Володимира Івасюка), які увійшли в платівку-гігант, видану цього самого року. Крім цих пісень, до неї увійшли обробки народних пісень «Ой при лужку, при лужку», «Дударик», « На Івана Купала», «Ой поїхав за снопами», «Ой кинув я бук на яму», «Співайте разом з нами», а також стилізовані пісні «Ніч яка місячна» (муз. Миколи Лисенка, сл. Михайла Старицького, обр. Юрія Касаткіна), «Балада про двох лебедів» (муз. Богдана-Юрія Янівського, сл. Івана Драча), «Зайчик» (муз. Олександра Зуєва). Альбом 1978 року складається переважно з народних пісень: «Ой, там за горою» (колективна обр.), «Ішов кобзар чистим полем», «Ішов козак потайком», «У суботу молотив я» (обр. Олега Ледньова), «Ой гаю, гаю», «Ой ходила дівчина бережком» (обр. Євгена Коваленка), «Не сходило вранці сонечко», «Зачекай» (муз. В'ячеслава Криштофовича на слова народних

пісень). Оновлений склад «Кобзи» у 1982 році записав платівку, яка теж містить обробки народних пісень, зокрема з попереднього альбому (крім перших трьох треків, третій – пісня «Ой ти річенько» Анатолія Пашкевича та Дмитра Луценка, яку тривалий час вважали народною): «За Дунаєм» (обр. Вадима Лащука), «Ой, з-за гори кам'яної», «Щедрівка» (обр. Євгена Коваленка), «Ішов кобзар чистим полем», «Ішов козак потайком» (обр. Олега Ледньова), «Ой у полі рута, рута» (муз. Кирила Стеценка на сл. народної пісні).

Сучасні альбоми «Кобзи» доповнились естрадними обробками народних пісень. Крім творів, які вже виходили на платівках та дисках, з'явились «Через річеньку», «А в полі береза», «Ой там за лісочком», «Добрий вечір тобі, пане господарю» (альбом «Спомин», 2001), «Свята ніч», «Тихо над річкою», «На Івана, на Купала» (альбом «Повернення», 2001), «Повій вітер на Вкраїну» Степана Руданського на текст народної пісні, «Била мене мати», «За світ встали козаченьки», «Ой, чорна я си, чорна», «Стоїть гора високая» на сл. Леоніда Глібова (альбом «Повій вітер на Вкраїну», 2008), «Віночок українських пісень» в обр. Євгена Коваленка, «За нашов стодолов», «Ой на горі цигани стояли» (альбом, 2009), а також популярні стилізовані авторські пісні – «Ой ти, дівчино, з горіха зерня» Анатоля Кос-Анатольського та Івана Франка («Спомин»), «Ой стояла хата» Ігоря Поклада та Юрія Рибчинського («Повернення»), «Наливаймо, браття» Віктора Лісового та Вадима Крищенка, «А ми удвох» Олександра Зуєва та Володимира Кудрявцева («Повій, вітре, на Вкраїну»), «Мій рідний край» Миколи Мозгового, «Три трембіти» Мирослава Скорика та Олександра Вратарьова (2009). Низка пісень трапляється в декількох альбомах та відрізняється аранжуванням.

Львівський ВІА «Ватра» є найяскравішим гуртом, у репертуарі якого були естрадні обробки народних пісень різних жанрів та авторських пісень, в яких проявляється яскрава національна складова, за що було усунуто від керівництва його засновника Михайла Мануляка. Його репертуарна політика дратувала посадовців, незважаючи на всесоюзну популярність ансамблю. Фольклорний напрям відзначає стилістику творчості колективу з перших років заснування, музиканти експериментували з поєднанням джазу, року та фолку.

Колектив упродовж своєї діяльності зазнав змін. Виділяють декілька періодів, пов'язаних з різними керівниками ансамблю. З 1971 до 1977 року ним керували Михайло Мануляк (електроорган, вібрафон) та Богдан Кудла (саксофон). З 1977 до 1979 року керівником був вокаліст Іван Попович. Найбільш тривалим і плідним періодом колективу стала оновлена «Ватра» на чолі з Ігорем Білозіром (бас-гітара, клавішні, вокал), з 1979 до 2000 року «Ватра» налічувала найбільшу кількість учасників.

Перший альбом ВІА «Ватра» 1975 року «Вам даруємо» містить оригінальні обробки народних пісень, які зробив Богдан Кудла: «Гей ви, хлопці молодії», «Бодай ся когут знудив», «Як я спала на сені», «Чорні очка як терен», «Ой, чий то кінь стоїть»; а також стилізовані пісні Володимира Івасюка «Балада про дві скрипки», «Пісня буде поміж нас», «Верховинська колискова» Богдана-Юрія Янівського, обрядова «Івана-Купала» Валерія Громцева. У період, коли «Ватрою» керував Ігор Білозір, було видано декілька альбомів з авторськими композиціями, у яких поєднуються музичні й поетичні фольклорні образи. Цікавим є альбом 1990 року, який складено переважно з обробок народних пісень: «Ой там у Львові», «Сіяла зіронька», «Ой, хмариться, туманиться», «Гиля, гиля, сиві гуси», «А в том саду», «Чого, козаче, сумний ходиш», «Ягіл, Ягілочка», «Летить галка через балку», «Чи дома, дома», «Ой, там на горі крутій», «Ой, на горі два дубочки», «Як ішов я з Дебречина», «Ідуть воли з темної діброви», «Місяць на небі», «Сива зозуленька». Доповнені оригінальними авторськими композиціями в народному дусі: «Світлиця» (на сл. Богдана Стельмаха), «Батькове жито» (на сл. Романа Кудлика). Знаковим є тематичний альбомом «Від Миколая до Йордана» 1996 року, у якому представлені авторські обробки народних пісень, систематизовані за обрядовим календарем:

1. Миколая: «Пісня про Святого Миколая».

2. Різдво: «Добрий вечір тобі, пане господарю», «Бог ся рождає» (Віктора Камінського), «Що то за предиво», «Нова радість стала», «На небі зірка».

3. Маланка: «Ой, учора із вечора», «Ой, в Петрівочку нічка маленька».

4. Новий рік: «Новорічна» (Ігоря Білозіра), «Щедрий вечір».

5. Йордан: «Там на річці, на Йордані», «Бог ся нам об'явив», «Ой, там за двором», «В Галицькій землі», «Від Бога» (Ігоря Білозіра).

Ялтинський ВІА «Червона рута» відрізняється від інших тим, що його заснував

Анатолій Євдокименко для просування артистичної кар'єри своєї дружини Софії Ротару – випускниці Чернівецького музичного училища. Співачка одна з перших виконувала пісні Володимира Івасюка, зокрема за кордоном. У рік створення колективу був знятий знаменитий фільм-концерт з однойменною назвою, який вважають першим українським мюзиклом. У ньому Ротару співала пісні «Намалюй мені ніч» Мирослава Скорика та Миколи Петренка, «У Карпатах ходить осінь» Левка Дутковського й Анатолія Фартушняка та хіт італійського співака Дона Баккі «О, сизокрилий птах». Також вона знялась у головній ролі в музичному фільмі «Пісня завжди з нами», основою якого стала музика Володимира Івасюка.

Ще до створення ВІА «Червона рута» Софія Ротару починала співати обробки українських, молдавських, румунських та угорських народних пісень у самодіяльних колективах. Період «Червоної рути» відзначився записом альбомів з творами українських авторів. Серед них цікавою є платівка 1977 року «Софія Ротару співає пісні Володимира Івасюка», де співачка представила оригінальні інтерпретації пісень композитора. До неї увійшли «Я – Твоє Крило» (на сл. Романа Кудлика), «Балада про мальви» (на сл. Богдана Гура), «Пісня буде поміж нас», «Два перстені» (на слова Володимира Івасюка), «Кленовий вогонь», «У долі своя весна» (на сл. Юрія Рибчинського), з якою того самого року виконавиця здобула перемогу на престижному естрадному конкурсі в Сопоті, «Колиска вітру», «Нестримна течія», «Лиш раз цвіте любов», «Запроси у сни» (на сл. Богдана Стельмаха), «Далина» (на сл. Дмитра Павличка), «Пісня про тебе» (на сл. Ростислава Братуня). В альбомі 1981 року Ротару записала знаменитий «Мій рідний край» Миколи Мозгового.

Дніпропетровський ВІА «Водограй» створили на базі обласної філармонії засновники та лідери українського джазу Володимир Марховський та Олександр Шаповал. За часи існування колективу в ньому брало участь багато музикантів, деякі в майбутньому зробили сольну кар'єру. Колектив існував лише декілька років, провідні учасники виїздили з міста, переходили в інші гурти або будували сольну кар'єру. Проте «Водограй» випустив платівку-гігант, що містить дві обробки народних пісень, і три міні альбоми, у яких поєднували різні стилі – джаз, рок, диско, стилізації народної пісні. Колектив відрізнявся джаз-роковими обробками народних пісень.

Альбом ВІА «Водограй» 1977 року містить дві обробки ліричних пісень – «Дівчина мила» та «Несе дівчина воду», міні альбом 1980 року – обробку пісні «Зоре моя вечірняя» (на сл. Тараса Шевченка). Пісня Мирослава Скорика та Олександра Вратарьова «Три трембіти» записана у двох варіантах – із солістами Олегом Хоменком і Русланом Горобцем та Віктором Шпортько і Людмилою Артеменко, пісню Павла Дворського та Володимира Кудрявцева «Стожари» з ансамблем виконувала Лілія Сандулеса.

У 1960–1980-х роках ВІА з'являлись в обласних та районних центрах, селищах, на великих підприємствах. З найбільш відомих – ансамбль івано-франківської філармонії «Беркут» (1972, керівники – Остап Савко, Микола Мозговий, Орест Дутко, Олександр Осадчий), жіночий ансамбль «Мрія» київського заводу «Арсенал» (1065, керівники – Ігор Поклад, Олексій Семенов, Вадим Ільїн, Володимир Вербицький, Тарас Петриненко), ВІА Київпастрансу «Візерунки шляхів» (1974, керівники – Володимир Ярликов, Тарас Петриненко), київський «Еней» (1968, керівники – Тарас Петриненко, Кирило Стеценко), ансамбль Черкаської філармонії «Калина» (1974, керівник – Олександр Зуєв), ВІА Ялтинської філармонії «Кримські зорі» (1974, керівники – Микола Рудник, Світлана Шаповалова-Москвітіна, Едуард Гейс), київські «Мальви» (1977, керівники – Юрій Денисов, Володимир Кушпет), чернівецько-вінницький ансамбль «Черемош» (1977, керівники – Леонід Затуловський, Петро Теодорович, Олександр Сєров, Олександр Тищенко) та ін. Самодіяльними ансамблями, які створювали на підприємствах, керували професійні музиканти, тому рівень якості був високим. Чимало пісень українських ВІА були обробками народної музики або мали народні стилізовані мелодії та відповідні танцювальні жанри. Період розквіту цих ансамблів характеризується залученням великої кількості музикантів з різних кіл у популярну пісенну культуру, а також новим підходом до творчості.

Наукова новизна статті полягає в тому, що ґрунтовно систематизовано творчість вітчизняних ВІА у світлі взаємодії з фольклором за роками видання альбомів, синглів; уперше представлено перелік естрадних обробок українських народних пісень найбільш відомими колективами, також висвітлено загальну тенденцію проникнення народнопісенних і танцювальних інтонацій в авторські композиції, показано комбіновані типи (використання в одному творі авторської музики та народної поезії і навпаки). Доведено, що регіональний чинник не локалізується

у творчості окремих ВІА, а є загальним для багатьох – обробки пісень рідного регіонального походження наявні у творчості ансамблів всіх областей України.

Висновки. Період 1960–1980-х років в українській популярній культурі є визначним з погляду нових підходів до авторства та виконавства. Саме тоді вона набула найбільшої масовості. Це час зародження професійної естрадної освіти, функцію якої частково виконували вітчизняні ВІА, досвід роботи в ансамблях забезпечував професійну майстерність виконавців. Народна музична культура стала невід'ємною частиною репертуару колективів у вигляді естрадних обробок, жанрових стилізацій. Спрямованість на фольклор демонстрували всі відомі ВІА того періоду, значно розширилося коло оригінальних народних пісень, які обробляли естрадні музиканти. Відбулося тотальне оновлення всіх засобів виразності, пов'язаних з тенденціями розвитку європейської попкультури, до якої повною мірою належить вітчизняна.

Примітки

1. Популярність прийшла після виходу художнього фільму Б. Івченка «Пропала грамота».

Література

1. Драбчук Ю. П. Українська пісенна естрада 70-80-х рр. *Вісник Маріупольського державного університету*. Маріуполь : МДУ, 2014. Вип. 7. С. 69–72.
2. Кокотайло Б. Вокально-інструментальний ансамбль «Арніка» – новатор української популярної музики 1970-х років. *Музикознавчий універсум*. Наукові записки ЛНМА імені М. В. Лисенка. Львів : ЛНМА імені М. В. Лисенка, 2019. Вип. 45. С. 127–141.
3. Конончук В. Естрадно-джазова освіта в Україні: ретро- та перспектива. *Молодь і ринок* : наук.-педаг. журнал. Дрогобич : Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2011. № 11 (82). С. 99–103.
4. Мозговий М. П. Особливості українського шлягеру в контексті розвитку національної естради. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків : ХДАДМ, 2008. № 10. С. 106–111.
5. Мозговий М. П. Становлення і тенденції розвитку української естрадної пісні : автореф. дис. … канд. мистецтвознав.: 17.00.01. Київ, 2007. 27 с.
6. Овсянніков В. Поп-рок як репрезентативний напрям сучасної української музичної культури. Київ : НАКККіМ, 2020. 159 с.
7. Тормахова В. Українська естрадна музика і фольклор: взаємопроникнення і синтез. Київ : Ліра-К, 2017. 204 с.
8. Фурдичко А. Поп-фольк як явище культурних етно-адаптаційних процесів сучасного музичного мистецтва України. *Народознавчі зошити* : науковий часопис. Львів : Інститут народознавства НАН України, 2017. № 5 (147). С. 1998–1207.

Reference

1. Drabchuk,Y. P. (2014) Ukrainian songs stage in 70–80 years. Bulletin of Mariupol State University. Mariupol: MSU [in Ukrainian].
2. Kokotaylo, B (2019) Vocal and instrumental ensemble «Arnica» is an innovator of Ukrainian popular music of the 1970s. Musicological universe. Lviv : LNMA named after M. V. Lysenko [in Ukrainian].
3. Kononchuk, V. (2011) Pop and jazz education in Ukraine: retro and perspective. Youth & market. Drohobych: Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University [in Ukrainian].
4. Mozgovuj, M. P. (2008) The features of the Ukrainian hit in the context of the development of the national variety. Kharkiv: Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts [in Ukrainian].
5. Mozgovuj, M. P. (2007) Formation and tendency of development of the Ukrainian variety songs. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
6. Ovsyannikov, V. (2020) Pop-rock as a representative direction of modern Ukrainian musical culture. Kyiv: National Academy of Management of Culture and Arts [in Ukrainian].
7. Tormkhova, V. (2017) Ukrainian popular music and folklore: interosculation and synthesis. Kyiv: Lyra-K [in Ukrainian].
8. Furdychko, A. (2017) Pop-folk as a cultural phenomenon of ethno-adaptational processes of modern musical art of Ukraine. The Ethnology notebooks. Lviv: Institute of Ethnology of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 03.10.2022
Отримано після доопрацювання 07.11.2022
Прийнято до друку 15.11.2022

ДИЗАЙН

УДК766:655
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270553

Цитування:
Храмова-Баранова О. Л. Становлення і розвиток дизайну дитячих періодичних видань в Україні. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 86–91.

Khramova-Baranova O. (2022). Formation and Development of Children's Periodical Design in Ukraine. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 86–91 [in Ukrainian].

Храмова-Баранова Олена Леонідівна,
доктор історичних наук, професор,
професор кафедри дизайну
Черкаського державного
технологічного університету
https://orcid.org/0000-0002-3811-7701
khramova74@ukr.net

СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК ДИЗАЙНУ ДИТЯЧИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ В УКРАЇНІ

Мета роботи – виконати мистецтвознавчий аналіз, щоб показати процес становлення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань в Україні, а також означити перспективи цього процесу. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні конкретно-історичного методу для аналізу впливу розвитку дизайну на популяризацію дитячих періодичних видань в Україні, а також використанні методу порівняльного аналізу й історико-культурного підходу, що сприятиме виявленню основних тенденцій розвитку дизайну дитячих періодичних видань в Україні у світовому контексті. **Наукова новизна** полягає в спробі осмислити й виявити основні тенденції дизайну дитячих періодичних видань в Україні, які можуть вплинути на конкурентоспроможність цих видань в Україні та світі. Ці тенденції зумовлені історичними, соціальними й культурними процесами. **Висновки.** У статті показано основні характеристики концепції створення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань в Україні й окреслено його значення для популяризації видань. Здійснено аналіз літературних джерел, у яких підтверджено необхідність розробити новий дизайн естетичних і функціональних дитячих видань та формувати завдяки цьому світогляд дитини. Аналіз процесу становлення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань дав змогу засвідчити взаємозалежність культурної спадщини й досягнень початку ХХ ст., що впливає на якість та популяризацію видань.

Ключові слова: дизайн, графічний дизайн, дитяче періодичне видання, журнал, ілюстрація, шрифт.

Khramova-Baranova Olena, *Doctor of Sciences, Professor, Department of Design, Cherkasy State Technological University*

Formation and Development of Children's Periodical Design in Ukraine

The purpose of the paper. The article aims to perform art analysis in order to show the process of formation and development of design of children's periodicals in Ukraine, as well as to determine the prospects of this process. **The research methodology**is in the application of a specific historical method to analyse the impact of design development on the promotion of children's periodicals in Ukraine, as well as to use the comparative analysis method and a historical and cultural approach, which help to identify the main trends in the development of children's periodicals in Ukraine. **Scientific novelty**is an attempt to understand and identify the main trends of children's periodicals in Ukraine, which can influence the competitiveness of these publications in Ukraine and in the world. These trends are conditioned by historical, social, and cultural processes. **Conclusions.** The article shows the main characteristics of the concept of creation and development of children's periodicals in Ukraine and their importance for promoting publications. Literature sources are analysed, which confirms the need to develop new trends in the design of aesthetic and functional children's publications and the formation of the child's worldview due to this. The analysis of the essence of formation and development of children's periodical design indicates the interdependence of cultural heritage and achievements of the early twentieth century, which affects the popularization and quality of publications.

Key words: design, graphic design, children's periodical, magazine, illustration, font.

Актуальність теми дослідження. Сучасні дитячі періодичні видання є однією з галузей літератури для дітей. Сьогодні в Україні зареєстровано приблизно 50 дитячих періодичних видань. Актуальність дослідження обґрунтована необхідністю відповідності дитячих

© Храмова-Баранова О. Л., 2022

періодичних видань пізнавальним і педагогічним ідеям на основі знайомства дітей з творами українських та зарубіжних письменників, новими досягненнями людства, морально-етичними нормами, національними цінностями, які доносяться до споживача завдяки вдалому дизайну і тим самим сприяють розширенню світогляду і формуванню національної свідомості дитини. Для створення якісного видавничого продукту для дітей дизайнер повинен враховувати психологічні засади сприйняття тексту та ілюстрацій для дітей, а також відчувати й розуміти потреби та прагнення дитини. Важливість дослідження зумовлена тим, що дизайн дитячих журналів є маловивченою темою, хоча дитячі видання мають велике значення в контексті сучасного медіапростору та медіаринку дитячої періодики, коли тільки якісно оформлені видання можуть залишатися конкурентоспроможними. Науково-практична значущість роботи полягає в можливості застосування її результатів фахівцями, які здійснюють дизайн дитячих видань, і при підготовці студентів, які навчаються за спеціальністю «Дизайн».

Аналіз досліджень і публікацій. Дизайн книги – важлива складова видавничої справи. Саме графічний дизайн має на меті оформлення, естетичний вигляд книги або періодичного видання. Сучасна типографія – це комунікативне явище, приклади якого спрямовані на вербальне й невербальне спілкування автора з глядачем. Навіть ускладнення в читанні композицій, коли певна літера чи слово подані у вигляді якогось об'єкта, художнього образу, не є перешкодою для сприйняття. Приклади такого підходу походять ще з часів використання буквиці в давніх рукописних, друкованих текстах і наявні в дизайні сучасних видань, наприклад книжок, журналів, енциклопедій. Вагомий внесок у дослідження типографії зробив Ян Чихольд [1], який вказував, що типографське оформлення, яким би простим воно не було, ніколи не виникає саме по собі або випадково, оскільки гарно набрані друковані роботи – це завжди результат досвіду, а інколи вони є навіть достовірно художніми досягненнями високого класу. Наприклад, С. Галкін стверджує, що дизайн – це оформлення на основі моделювання, а О. Гладун у своїх дослідженнях зазначає, що графічний дизайн є унікальним мистецтвом, яке одночасно перебуває у двох вимірах: образотворчому й проєктному та організує простір і час у системі комунікації [2]. Е. Рудер досить фундаментально дослідив шрифт та у своїй роботі «Типографія» поставив за мету показати, що найбільш захопливе в діяльності типографа – це, мабуть, направленість його праці при обмеженості в засобах вираження, а також вказав мету своєї роботи, а саме: виявити своєрідну силу мови типографії, котра багато в чому визначає образ сучасного світу [3]. Е. Шпікерман у своїй праці «Про шрифт» наголошує про надзвичайну значущість шрифту в нашому повсякденному житті [4]. Також він розглядає сучасне бачення шрифту, призначення і створюваний шрифтом характер видання. Автор називає шрифт продуктом індивідуальної творчості типографа, дизайнера, своєрідною типографською дорогоцінністю. У роботі «Сучасний шрифт» В. Тоотс вказує, що основу шрифту становить писання, характер кожної шрифтової композиції залежить від інструмента, за допомогою якого його виконують, а кожна техніка виконання здебільшого відповідає якомусь певному шрифтовому стилю [5].

Мета статті полягає в дослідженні й узагальненні інформації про становлення, розвиток і перспективи дизайну дитячих періодичних видань. Необхідно розглянути основні концепції дизайну дитячих видань і визначити перспективи цього напряму в Україні.

Виклад основного матеріалу. Зовнішній вигляд періодичних видань залежить від поліграфічного відтворення та дизайну, це своєрідне «обличчя» журналу. Композиція видання – складна структура, у якій мають бути гармонійно поєднані всі складові для побудови цілісного образу. Оформлення друкованих матеріалів має досить тривалу історію та багаті традиції. Протягом років було вироблено різноманітні засоби, які згодом успішно пройшли перевірку на практиці. Саме такі виражальні засоби яскраво відображають культурний рівень розвитку друкованої продукції на кожному її етапі [6].

Надамо основні визначення і терміни для подальшого ґрунтовного дослідження. Наприклад, періодичним виданням можна вважати видання, що виходить щороку через визначені проміжки часу з постійною кількістю номерів, відповідним дизайном, з нумерованими випусками з однаковою назвою, форматом, шрифтом тощо [7]. За визначенням В. Киричевського, типографія – це графічне оформлення друкованого тексту за допомогою набору й верстки (монтажу), проєктування чи безпосереднє моделювання вигляду твору друку [8]. Дитяча періодика має свої

особливості, а саме: це періодичні видання, створені для дитячої аудиторії з урахуванням віку, психофізіології, особливостей сприйняття [9]. Мета таких видань – привчити дітей до постійного читання і тим самим розширити їхній світогляд. Головним завданням дитячого видання є соціалізація дітей, і дизайн видання сприяє цьому. Тому важливі у виданні не стільки факти, скільки яскраві образи, шрифтові композиції, дизайн. Кількість видань для дітей у державі вказує про рівень її культури й інтелекту та про перспективи [10].

Перші дитячі періодичні видання з'являлися на початку XX ст., оскільки в суспільстві був відмічений інтерес до світу дітей як самодостатньої системи цінностей. Дитячі видання стали самостійним видом [11–12]. Суспільство зацікавилося світом дітей, з'явилося розуміння, що дитинство – це особливий феномен, який потрібно вивчати, а виховання дітей – це майбутнє суспільства. Сьогодні в Україні видають дитячі журнали, тематика й поліграфічна якість яких має різний художній та естетичний рівні [13]. Поряд із добре відомими журналами «Малятко» (з 1960 р.) і «Барвінок» (з 1928 р.) з'явилося багато нових, а саме: «Пізнайко», «Словознайка» (з 1990 р.), «Зернятко» (з 1995 р.), «Дитяча Академія» (з 2001 р.), видання «Пізнайко від 2 до 5», яке вийшло у 2005 р., та ін.

Класифікувати вікові групи прямих споживачів можна так: видання для дошкільнят, школярів і юнацтва. Журнали «Малятко», «Барвінок» та «Однокласник», які вважають патріархами української дитячої періодики, призначені для трьох основних цільових аудиторій: дошкільнят, молодших і старших школярів. Вони мають стабільне вікове коло своїх адресатів. Дитяче видання синтезує в собі три рівні – змістовний, образотворчий і архітектонічний. Змістовний – показує головну ідею твору; образотворчий – надає зображальну інформацію, що пов'язана зі змістом, а архітектонічний – ґрунтується на структурі видання. У друкованому журналі застосовують статичну типографіку – графічне оформлення друкованого тексту засобами набору та верстки. Ілюстративний матеріал повинен бути пов'язаний з віком дитини, він визначає характер журналу та відіграє важливу роль у формуванні проєктної концепції видання.

Газети й журнали для дітей можуть бути як друковані, так й електронні, або ж традиційно друковані видання можуть мати електронну версію чи доповнюватись мобільним застосунком. Для сприйняття електронних версій дитячих видань треба мати смартфон, комп'ютер для декодування інформації (як із мобільного застосунку, що додають до видань: «Дитяча академія», «Пізнайко» тощо) та доступ до інтернету (сайти журналів «Пізнайко» тощо). В електронному форматі видання, ілюстрація стають мультимедійними й акумулюють аудіо-, відео-, графічну й анімаційну зображальну інформацію, збільшуючи можливості інтерактивної взаємодії журналу з читачем. Існує композиційно-графічна модель дитячого видання, яка сприяє інтерактивності та навігації. Її складовими є: ілюстрації, заголовки, шрифти, графічні елементи і колір, що визначають стиль видання. За твердженням В. Тулупова, елементи фірмового стилю – це схеми верстки видань, товарний знак, колірна гама, фірмовий шрифт, блок, девіз тощо [6].

При верстці дитячих періодичних видань дизайнери використовують закон «золотого перетину», ідея якого в універсальній формулі краси та гармонії, знаходить своє втілення в мистецтві тощо. Сьогодні найбільш актуальним стає питання, що пов'язане із застосуванням пропорції в дизайні періодичного видання. За дослідженнями Я. Чихольда, у підготовці макета до верстки можна відходити із геометрично визначених ірраціональних пропорцій, всі елементи для оформлення видання необхідно ретельно продумати й виконати верстку, а для цього – поєднати розміри смуги набору із шириною поля і відступами та прослідкувати, щоб шрифт не суперечив формату видання і графіка була гармонійною [1].

Для дитячого видання велике значення має його художньо-технічне оформлення. Адже перше враження про видання читач отримує від його зовнішнього вигляду. В оформленні, у виборі формату беруть до уваги й психологічні особливості аудиторії. Кожен журнал і газета привертають увагу по-своєму: яскрава обкладинка, назва видання, його тематична класифікація, вік читацької аудиторії, анонси [14]. Наприклад, видання «Казковий вечір» має оригінально оформлену назву видання. З одного боку, газета має вигляд видання для дорослих, а з іншого – яскраве кольорове оформлення, якісний папір, ілюстрації надають їй привабливості, що заохочує до читання дітей. Авторами такої ідеї і дизайну газети

стали Є. Трубніков та Є. Федосенко [12].

Необхідно проаналізувати символіку кольору та його функції в дитячому журналі. Виокремлюють три такі функції, а саме: комунікативну, виражальну та символічну. Колір у дитячих журналах використовують не завжди продумано й ефективно, не цілком виправданою буває його поява в шрифтах і на тлі. Наприклад, на сторінках розміщують кілька текстових блоків, тло й шрифти яких різного кольору, що є невдалим рішенням. Також використовують світлові та колірні контрасти, рубрикацію визначають за кольором шрифту або підкладки. Тексти практично завжди знаходяться на кольоровому фоні, різнобарвні лінійки та обведення поділяють або об'єднують текстові блоки. Шрифт основного тексту зрідка буває чорним, а тло білим (найчастіше малонасичений світлий за кольором). Графічні елементи: лінії, рамки, підкладки (різного кольору й насиченості) застосовують часто. Всі ці варіації необхідно аналізувати й ретельно добирати до дитячого видання.

Безперечна асоціативна символічність і кодове значення кольору. У процесі розвитку людства виникали та зміцнювалися архетипи форм, кольорів і величин як наслідок розвитку ідей і відкриття найбільш значущих якостей предметного й природного світу. Дитина поступово освоює архетипи форм і кольорів як аксіому та візуальний код, відповідно до розуміння їх утілення в конкретній культурі. За дослідженням В. Мухіної, виникнення і розвиток візуальних архетипів є результатом історичного розвитку людства й колосальним досягненням у розвитку образно-знакових реалій. В. Мухіна не погоджується із твердженням Р. Арнгейма про те, що дитина може не просто засвоювати як шаблони, задані образотворчі коди, а сама відкриває деякі форми й кольори як характеристики предметів. Колір відповідає реальному предметові або явищу навколишнього світу. Слід уникати розбіжності кольору та форми зображуваного на ілюстрації предмета його прототипу. Тенденція переваги в дітей кольору з характеристиками «яскравий», «світлий», «чистий» проявляє себе постійно. Похмурі, холодні, темні тони асоціюються в дітей із чимось неприємним [15–16].

Цікаво, що, на думку Г. Бреслава, любов до кольору в більшості дітей змінюється точно за хроматичним колом. У ранньому дитинстві (4–5 років) майже всі вони люблять червоний колір, приблизно в 7–8 років улюбленим стає жовтий, трохи пізніше – зелений і приблизно до 10 років перевагу часто віддають синьому кольору [17]. Інший погляд у Б. Базима, «дитячий» червоно-жовтий тип колірного вибору змінюється в дорослих (у віці 15–20 років) на перевагу синьо-зелених кольорів [18].

Ілюстративний матеріал є основою верстки та композиції дитячого журналу, характеризує колорит і дає максимальний ефект від застосування кольору. Ілюстрація – додаткова нетекстова інформація, або особливий тип медіатексту, за яким діти, які ще не вміють читати, дізнаються зміст будь-якої історії. Ілюстрація має велике значення в дизайні не тільки дитячого журналу, але й періодики загалом. Ілюстрації в дитячому виданні виконують такі основні функції: пізнавальну, виховну, естетичну та доповнювальну. Дитині складно засвоювати багато текстового матеріалу, тому необхідно зменшувати текст видання і збільшувати кількість ілюстрацій. Шрифт та ілюстрація існують у тісному зв'язку на сторінці, і закони їх взаємодії необхідно брати до уваги. Від віку дитини залежать вимоги до кеглю, гарнітур, ілюстрацій. Текст для дитячого видання набирають шрифтами великих кеглів і колонки виконують більш широкими, ніж для інших видань [14]. Малогарнітурний набір зрідка застосовують у дитячих журналах, тому більшість видань мають еклектичний вигляд. Аналогічний ефект з'являється в результаті поєднання класичних і декоративних шрифтів. Заголовний комплекс матеріалів постійно змінюється, його складність та оригінальність сприяє функціональності дизайну й ефективності подачі інформації. Зооморфні та рослинні символи в літерах викликають інтерес у дітей, але не слід забувати про те, що кілька подібних шрифтів в одному виданні порушують його гармонію. Складна графіка гарнітури привертає увагу читачів, але ускладнює сприйняття тексту. У виданнях для дошкільнят варто застосовувати великий, чіткий і контрастний шрифт основного тексту. Важливо відзначити, що шрифтове оформлення в дитячих журналах часто відповідає фірмовому стилю, а зміст, заголовки, іноді основний текст можуть підтримувати основний стиль журналу [19]. Проєктування видань для підлітків відрізняються від основних принципів формування видання для дітей. Наприклад, кількість ілюстрацій у виданнях для підлітків помітно знижується, оскільки змінюється їх роль, частіше надають світлини, текст займає провідне місце, а шрифт обирають легкий для читання. Ці принципи призводять до кращого сприйняття і засвоєння інформації.

Наукова новизна статті полягає у виявленні основних тенденцій дизайну дитячих періодичних видань в Україні, які можуть вплинути на конкурентоспроможність цих видань в Україні та світі. Ці тенденції зумовлені історичними, соціальними й культурними процесами.

Висновки. В Україні дитячі періодичні видання – це напрям, який ще перебуває в стані розвитку. Існує доволі великий вибір книг, журналів та газет, але далеко не всі можна назвати якісними. Попри це ринок дитячої періодики насичений. Ефективність і якість дизайну визначають конкурентоспроможність видань, тому важливо контролювати встановлені стандарти оформлення. Ідентифікація брендової продукції не повинна викликати складності в покупця, у свідомості якого сформувався певний імідж.

У результаті нашого дослідження виявлено, що вдалий дизайн дитячого видання формує особливу впізнавану знакову систему журналу на основі фірмового логотипу, персонажів, верстки, ілюстративного матеріалу, кольору, шрифту тощо. У дослідженні проаналізовано літературні джерела, у яких підтверджено необхідність розробляти новий дизайн дитячих видань та формувати завдяки цьому світогляд дитини. Вивчення становлення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань дало змогу встановити взаємозалежність культурної спадщини і досягнень початку ХХ ст., що впливає на популяризацію, якість видання і потребує подальшого дослідження.

Література

1. Jan Tschichold. The New Typography. London, 1995. 288 p.
2. Гладун О. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії.* 2007. Вип. 7. С. 45–49.
3. Рудер Е. Типографіка. Київ : Аронов, 2017. 286 с.
4. Spiekermann E. Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works, third edition, Adobe Press. London, 2013. 216 p.
5. Тоотс В. 300 шрифтов. Рига : Латвийское государственное издптельство, 1960. 417 с.
6. Поліха Л. Я. Тотожність чи співвідношення понять «дизайн» та «оформлення» періодичних видань. *Вісник ХДАДМ*. 2009. № 2. С. 114–120.
7. Потятиник Б. В. Медіа: ключ до розуміння. Медіакритика. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.
8. Киричевський В. Типографіка в термінах і образах. Харків : Основа, 2010. 302 с.
9. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. 376 с.
10. Круль Л. М., Благун Н. М. Загальний огляд сучасної української дитячої періодики (жанрово-тематичне розмаїття). URL: http://litmisto.org.ua/?p=25644 (дата звернення: 27.07.2022).
11. Кочегарова А. В. Детские издания в медиапространстве Украины. URL: http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2016/12/kochegarova (дата звернення: 27.07.2022).
12. Провоторов О. Дитяча періодика України як засіб розвитку мовленнєвої творчості школярів. *Початкова школа*. 2007. № 6. С. 52–55.
13. Клима М. Качество печати в Украине шокирует. URL: http://www.uapp.org/content/view/686/120/ (дата звернення: 27.07.2022).
14. Єжижанська Т. Періодичні видання для дітей: комунікаційний аспект. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах* : зб. наук. пр. 2002. Вип. 17. 2009. С. 231–241.
15. Мухіна В. Дитячий психолог. URL: https://psy.su/persons/100_psihologov_rossii/psy/81676/ (дата звернення: 27.07.2022).
16. Рудольф Аргейм. Психолог. URL: https://thereaderwiki.com/uk/Рудольф_Аргейм (дата звернення: 27.07.2022).
17. Бреслав Г. Э. Цветопсихология и цветолечение для всех. Харків : Основа, 2003. 214 с.
18. Базима Б. О. Колір і психіка. Харків : ХДАК, 2001. 172 с.
19. Кушнаренко Н. М., Удалова В. К. Наукова обробка документів. Київ : Вікар, 2003. 328 с.

References

1. Jan, Tschichold. (1995). The New Typography. London [in England].
2. Hladun, O. (2007). Globalization and national vectors of graphic design development in Ukraine. Ukrainske mystetstvoznavstvo: materialy, doslidzhennia, retsenzii, 7, 45–49 [in Ukrainian].
3. Ruder, E. (2017). Typohrafy. Kyiv: Aronov [in Ukrainian].
4. Spiekermann, E. (2013). Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works, third edition, Adobe Press. London [in England].
5. Toots, V. (1960). 300 fonts. Riga: Latvijskoe gosudarstvennoe izdptel'stvo [in Latvia].
6. Polikha, L. Ya. (2009). The identity or relationship of the concepts "Design" and "Creation" of periodicals. Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv, 2, 114–120 [in Ukrainian].
7. Potiatynyk, B. V. (2004). Media: the key to understanding. Media criticism. Lviv: PAIS [in Ukrainian].

8. Kyrychevskyi, V. (2010). Typography in terms and images. Kharkiv: Osnova [in Ukrainian].

9. Honcharenko, S. U. (1997). Ukrainian pedagogical dictionary. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].

10. Krul, L. M., Blahun, N. M. (2010). General overview of modern Ukrainian periodical publications for children (genre and thematic diversity). Retrieved from: http://litmisto.org.ua/?p=25644 [in Ukrainian].

11. Kochegarova, A. V. (2016). Children's publications in the media space of Ukraine. Retrieved from: http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2016/12/kochegarova [in Ukrainian].

12. Provotorov, O. (2007). Children's periodicals of Ukraine as a means of developing speech creativity of schoolchildren. Pochatkova shkola, 6, 52–55 [in Ukrainian].

13. Klima, M. (2009). The quality of printing in Ukraine is shocking. Retrieved from: http://www.uapp.org/content/view/686/120/ [in Ukrainian].

14. Iezhyzhanska, T. (2002). Humanitarian education in technical higher educational institutions. Humanitarna osvita v tekhnichnykh vyshchykh navchalnykh zakladak, 17,. 231–241 [in Ukrainian].

15. Mukhina, V. (2022). Child psychologist. Retrieved from: https://psy.su/persons/100_psihologov_rossii/psy/81676/ [in Ukrainian].

16. Rudolf Arnheim. (2022). Psychologist. Retrieved from: https://thereaderwiki.com/uk/ Рудольф_Арнгейм [in Ukrainian].

17. Breslav, G. E. (2003). Color psychology and color therapy for everyone. Kharkiv: Osnova [in Ukrainian].

18. Bazyma, B. O. (2001). Color and psyche. Kharkiv: KhDAK [in Ukrainian].

19. Kushnarenko, N. M., Udalova, V. K. (2003). Scientific processing of documents. Kyiv: Vikar [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.09.2022
Отримано після доопрацювання 01.11.2022
Прийнято до друку 08.11.2022

УДК 008: 316.73
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270554

Цитування:
Легенький Ю. Г., Ареф'єва Є. Ю. Модний диспозитив у культурі XX–XXI століть як альтерглобалізаційна стратегія. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 92–96.

Lehenkyi Yu., Arefieva Ye. (2022). Fashionable Dispositive in the Culture of XX–XXI Centuries as Alter Globalisation Strategy. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 92–96 [in Ukrainian].

Легенький Юрій Григорович,
доктор філософських наук, професор
Київського національного університету
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-6567-4730
Y.Legenkiy1949@i.ua

Ареф'єва Єлизавета Юріївна,
доктор філософії, докторантка
Київського національного університету
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0001-5060-2251
lisa.arefieva34@ukr.net

МОДНИЙ ДИСПОЗИТИВ У КУЛЬТУРІ XX–XXI СТОЛІТЬ ЯК АЛЬТЕРГЛОБАЛІЗАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

Мета статті – визначити гармонізуючі інтенції модного диспозитиву як певної системи заперечення глобалізаційних впливів у вигляді нівеляції та спрощення культурних практик сучасності. **Методологія дослідження** визначається феноменологічним та діалектичним методами, що дали змогу визначити образні трансформації моди як системну цілісність культуротворення. **Наукова новизна** статті. Диспозитив моди в широкому контексті як можливість звернення до власних витоків є адекватним шляхом самоздійснення українського національного етосу, української вдачі. Якщо не вийти на цей глобалізм, широкий масштаб діалогу культур, масштаб протиставлення націй, легко потрапити в полон вестернізації, колонізації культури України. Культурні практики, зокрема мода, можуть зупинити нівеляцію, вестернізацію як тип західного технологічного перевтілення країн, що сліпо наслідують певні культурні зразки. **Висновки.** Глобалізація як трансцендування межі, маркетизація і транзитологія – це певні системи стратифікації розвитку, які не можуть бути застосовані до культури загалом. Вони можуть бути зазначені лише в межах певних констеляцій економічного зразка та виробничих відносин, але не можуть охарактеризувати культуру як тип цілісності. Культура повсякдення, до якої умовно відноситься і мода, надзвичайно швидко адаптує зовнішні впливи, орієнтована на модний дискурс як систему гармонізації протиріч. Формується відповідальність за всі диспозиції, диспозитиви, які утворюються як перманентна даність діалогу, передусім діалогу культур. Утворюється планетарний горизонт, який є широким ситуативним виміром глобалізаційних спонук, що реалізується як сучасна ідеологія імагінації, світобудівництва в моді.

Ключові слова: культура, глобалізація, мода, модний диспозитив, дискурс.

Lehenkyi Yurii*, Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts;* ***Arefieva Yelyzaveta****, PhD, Doctoral Student, Kyiv National University of Culture and Arts*

Fashionable Dispositive in the Culture of XX–XXI Centuries as Alter Globalisation Strategy

The purpose of the article is to determine the harmonising intentions of fashion dispositive as a certain system of denial of globalisation influences in the form of leveling and simplification of modern cultural practices. **The research methodology** is determined by phenomenological and dialectical methods that help specify the figurative transformations of fashion as a systemic integrity of cultural creation. **Scientific novelty of the article.** The dispositive of fashion in a broad context as an opportunity to refer to one's own origins is an adequate way of self-realisation of the Ukrainian national ethos and of Ukrainian character. If one does not come to this globalism, the wide scale of the dialogue of cultures, the scale of opposition of nations, it is easy to fall prey to westernisation, colonisation of the culture of Ukraine. Cultural practices, particularly fashion, can stop leveling, westernisation as a type of western technological reincarnation of countries that blindly follow certain cultural patterns. **Conclusions.** Globalisation as the transcendence of boundaries, marketization, and transitology are certain systems of stratification of development that cannot be applied to culture as a whole. They can be indicated only within certain constellations of the economic model and production relations, but cannot characterise culture as a type of integrity. Everyday culture, which conditionally includes fashion, adapts extremely quickly to external influences, is oriented to fashionable discourse as a system of harmonising contradictions. Responsibility is formed for all dispositions, dispositives, which are formed as a permanent given of the dialogue, first of all, the dialogue of cultures. A planetary horizon is formed, which is a broad situational dimension of globalisation impulses, which is realised as a modern ideology of imagination and world-building in fashion.

Key words*:* culture, globalisation, fashion, fashionable dispositive, discourse.

© Легенький Ю. Г., 2022
© Ареф'єва Є. Ю., 2022

Актуальність теми дослідження. Категорія «диспозитив» увійшла в простір культурології та філософії з французькою семіотикою, визначає порядок, розташування, постає як диспозиція цінностей культури, а також певний механізм примирення протиріч. Термін належить до філософських концепцій, але має достатньо давню традицію – це те, що фіксує систему стратегічних орієнтирів цілепокладання. Диспозитив імпліцитно конституюється як гештальтний інваріант типових для культури стратегій здійснення політичного та когнітивного дискурсу. Основою диспозитиву виступає, за М. Фуко, певний імператив, що зберігає всередині кожної конкретної культури свою ідентичність, незважаючи на можливі ігри, зміни позицій, а також трансформації функцій.

Можна стверджувати, що диспозитив – це певний конструктивний принцип, який знімає амбівалентність, переміщує її у сферу гештальту й аксіологічного ізоморфізму, що дає можливість зазначити здійснену гармонію як простір для реалізації інтенцій влади, які допомагають охарактеризувати сутність конституювання або структурування тих чи інших культурних практик. Зазначимо, що модний диспозитив у межах пострадянського простору, особливо в Україні, є тим, що здійснює певний кодекс регламентації функцій культуротворення, допомагає визначити всі інші практики культури як примирення протиріч у бажаному регістрі комунікації.

Різні конфігурації, конструкції диспозитиву допомагають охарактеризувати моду як спонукальну модельну структуру, яку можна інтерпретувати як текст або дискурс. Диспозитив як спонукальна модельна структура, яка є належністю тексту або дискурсу, власне, у дискурсі або в модному імперативі, ще краще сказати – транспозитиві, визначає себе як певну систему трансгресії і трансформації. Модний диспозитив як транспозитив, як здійснена сила впливу та змін дає можливість охарактеризувати compositio, себто композиційну цілісність модних інновацій як певну реальність, що свідчить про наративи моди.

Категорія модного диспозитиву в сучасному постмодерністському дискурсі дає можливість охарактеризувати її як альтернативну модель глобалізаційних відносин. Якщо глобалізація призводить до втрати ідентичності, зміни системи ідентифікації, національної орієнтації не лише в економіці, а й у культурі, то дія та функція транспозитиву або диспозитиву моди як модельної конструкції свідчить про те, що будь-яка вестернізація в культурі є скорегованою, зазначається в межах того поля, яке можна охарактеризувати як традиційний досвід ідентифікації самості людини. Ті контрфракційні елементи, які зазначають як диспозитив, транспозитив, як реалії конфігурантів соціальної дії, що змагаються у своїх ідентичностях, у моді визначаються як певний ідеал, світова гармонія єдності людини й природи.

Аналіз досліджень і публікацій. Семіотичні означувані диспозитиву визначили М. Фуко [9], аспекти функціонування модного дискурсу – Р. Барт, Ж. Бодріяр, Ю. Легенький, О. Шандренко й ін. [4–7]. Глобалізаційні питання культури порушені в дослідженнях Д. Гелда, Е. МакГрю, Д. Голдблатта, Дж. Перратона та ін. [3]. Дискурс комунікації в системі культурних практик, зокрема моди, проаналізовано в роботах Є. Бистрицького, О. Білого й ін. [1; 2]. Однак проблема диспозитиву моди в контексті глобалізації культури є ще малодослідженою.

Мета статті – визначити гармонізуючі інтенції модного диспозитиву як певну систему заперечення глобалізаційних впливів у вигляді нівеляції та спрощення культурних практик сучасності.

Виклад основного матеріалу. Постмодерністська концепція розвитку продукує вимір постсучасності. Це постзахідна парадигма, яка виникає після можливостей національної самоідентичності, що здійснилася в сьогоднішніх реаліях пострадянських країн, зокрема в Україні, де постреальність колонізаційного зразка піддається аналізу. Є. Бистрицький і О. Білий ще в 1990-ті роки говорили про культурну кореляцію постмодернізму та посткомуністичного простору. Зокрема, зазначалося, що постмодернізм і посткомуністичний розвиток країн мають подібні виміри, але до певної межі. Межа проявляє себе тоді, коли закінчуються інтенції ігрового диспозитиву постмодернізму та починає реалізувати себе глибинний код традиційної культури посткомуністичного зразка, який не можна вписати в технології наздоганяння, технології модернізації тощо.

Якщо офіційна культура виголошує ідеологічні нормативи, у контексті яких економічна ситуація здається привабливою чи, навпаки, катастрофічною, то культура серединного рівня нормалізує всі ці

відносини. Альтерглобалістський проєкт не потрібно розуміти як категоричну альтернативу – це поміркована глобалізація, яка свідчить про те, що ми сприймаємо власне модернізаційні інтенції, але як скореговані своїми потребами, інтересами та пріоритетами. Щоб зупинити рух макдоналізації, вестернізації в їх безмірному самовизначенні, що спрощує, анігілює ядро культури серединного рівня (культури повсякдення), потрібно зазначити її ціннісні пріоритети.

Культура повсякдення зорієнтована не скільки на виробництво, скільки на послуги, які можуть бути визначені в межах інституалізованих програм моди, реклами, туризму, зокрема просвітницьких реалій виставок, галерей, фестивалів. Всі ці інституції культури працюють в одному полі, яке можна окреслити як адаптивний простір щодо глобалізаційного тиску.

Культура повсякдення не може перетворитися на супермаркет або локальний оаз макдоналізації, її не можна вестернізувати водночас, можна лише говорити, що естетичний та етичний рівень віртуальних програм модельного бізнесу як шоу характеризується корпоративними інтересами мультинаціональних та міжнародних корпорацій, а також олігархів національного відеоринку.

Все це свідчить про те, що диспозитив моди так і не може стати транспозитивом, не може знайти механізми трансгредієнтного, за М. Бахтіним, долання межі культурного діалогу, її трансцендування. Власне, мультикультурні процеси, які функціонують у структурній модернізації, є надзвичайно не простими. Вони відповідають тій екстенсивній метриці модернізації, яку проводить Захід зараз і проводив її ще за доби модерну. Всі новітні процеси глобалізації потребують зворотного шляху, регенерації, петлі рекурсії, за Е. Мореном, яка намагається адаптувати модернізацію, будь-який вплив в контексті своїх метафізичних витоків, призвести до того, що система стає більш активною, ніж вона була раніше, більш збагаченою. Не підкоритися, не потрапити в полон колонізації і всіх інших процесів редукції а, навпаки, взяти те, що необхідне від зовнішнього імпульсу та збагатити свої культурні практики універсалістськими інтенціями – це завдання модернізації.

Адаптивна національна стратегія за доби глобалізації – це більш широка реальність, яка виходить за межі економічного визначення, стає мультикультурним інструментом збереження національної ідентичності, презентує трансформаційні полісистемні реалії взаємодії факторів глобалізаційних процесів. Всі задіяні в цьому системному цілому вже не можуть бути унікальними поодинокими суб'єктами, так чи інакше вони рефлектують простір комунікації. Виникає той аналіз пострадянського простору, який дає можливість змінити ситуацію, переорієнтувати домінанти, відійти від старих парадигм і визначитися в межах глобалізаційних інтенцій як альтерглобалістський (стримувальний) проєкт.

Отже, такий підхід дає можливість говорити про те, наскільки сучасна реальність культуротворчості в моді, дизайні, рекламі спонукає до бачення цілісності культури. Так, виникає досить цікава ситуація: ті країни, які не мають ані сировини, ані ресурсів і перебувають на межі, як Україна, потрапляють у стан безкінечного випробування конфліктами. Намагання знайти шляхи перманентного вирішення проблем глобалізації шляхом її гуманізації стає імперативом виживання. Ті країни, які живуть за рахунок сировини (ідеться про ситуацію пострадянського простору), наприклад Казахстан та ін., адаптують як західні, так й інші впливи. Вони починають усвідомлювати свою роль у просторі глобалізаційних процесів, а інколи беруть реванш, як це відбулося з Казахстаном останнім часом.

Мода об'єднує культуру повсякдення і політичний простір, простір діалогу, вестернізації. Все це в контексті модного універсуму стає планетарним простором не лише взаємодії, а й культурного, мистецького впливу. Вплив тут не може бути суто зовнішнім, альтернативним. Зараз ми перебуваємо в ситуації, коли всі а́ктори глобалізації знаходять свій системотворчий чинник, альтерглобалізаційний рух набуває все більших ознак індивідуалізації мистецького дискурсу, який у семіологічному вимірі осмислюється як текст.

Отже, будь-який дискурс моди, або диспозитив як та структура, що вирішує, гармонізує відносини дискурсів, може бути використана як певні кліше (адаптовані національні традиції). Кліше – більш очікувана, більш функціональна форма ідентичності, яка структурується як передбачення з вірогідністю, що стає

гармонійно значущою. Себто можна сказати, що саме рутинізація дискурсу, що відбувається за допомогою кліше, є виграшною, бо вона зберігає в дискурсі сугестивну функцію, яка здійснюється як альтерглобалістський проєкт. Цього не вистачає західній агресії, західній аргументації, західному модернізаційному впливу. Відтак система альтерглобалізаційних конфігурацій потребує звернення до штампів. Інколи це здається парадоксальним, але нові штампи долаються штампами старими. Так, Чарлі Чаплін – чудовий актор-комік, який нескінченно повторює одноманітні штампи, адже кожен раз утворює нову мізансцену акту комунікації. Виникає, якщо не синтез атракціонів, то прочитування образу в новому контексті.

Отже, модний диспозитив, або диспозитив моди, мусить бути достатньо гострим і проводити тенденції глобалізації на шляху альтернативних конструкцій. Якщо цього не відбудеться, тоді він стає абсолютно не потрібним, і не буде сприйматися як диспозитив. Можна й не використовувати слово «диспозитив», а говорити про модну диспозицію, про модну універсалізацію, модну геополітичну структурну роль; але диспозитив вже достатньо опрацьований термін, який допомагає визначити альтерглобалістські тенденцій у межах всезагальної уніфікації, всезагальної глобалізаційної трансформації культури загалом.

Мода продукує альтернативний сценарій. Виникає багато інших альтернативних субструктур, гостро стоїть проблема, як зробити сценічний простір глобального дискурсу – промови «слабих» держав, які не можуть позбутися глобалізаційної підлеглості, привабливим та впливовим. Себто глобальність або глобалізм не можуть бути європоцентричними, не можуть бути орієнтовані на атлантичну модель, мають бути системними та організованими як сукупність ментальностей з визначенням пріоритетів самодостатності всіх а́кторів альтерглобалізаційних процесів, які визначають інтенції соціальної дії Сходу та Заходу.

Модний диспозитив визначає себе як альтерглобалізаційний проєкт у контексті здійснення ідентичності людини. Диспозитив стає одним з механізмів практик «технології себе». Категорію «технологія себе» увів М. Фуко в останній книзі «Герменевтика суб'єкта» [9]. Якщо розглядати моду як своєрідну маргінальну практику культури, то вона завжди усувається за межі мейнстриму й формується в межах культури повсякдення. Знеособлений епіцентр «технологій себе» дуже нагадує сучасного суб'єкта модного дискурсу, який є однозначно родовим і таким, що в дзеркалах віртуальних реалій зберігає ментальності власного «Я». Ідентичність визначається як етична й естетична реальність споглядання. Людина моди завжди тікає від себе. Тіло стає тим семіотичним епіцентром світу, де радикальний соматизм тілесної ідентичності у вигляді флеш-іміджив можна визначити як «темне м'язове почуття», за М. Сечєновим, але ці темнощі дуже гарно співвідносяться з темнощами, які породжують люмінізм як світлодію християнської культури.

Себто, якщо око навчилося бачити в м'язі, а всі модальності дистантрецепторів перекодовуються в соматичному комплексі сприйняття людиною світу на темне м'язове почуття, то воно і є тим гаптичним оком, яке дає образ сучасної культури як певну інтегративну модель, що ще не втратила тілесних модальностей і так протистоїть віртуальному комплексу глобалізаційної рецепції світу.

Наукова новизна статті в тому, що диспозитив моди розглянуто в широкому контексті як можливість звернення до власних витоків, що є адекватним шляхом самоздійснення українського національного етосу, української вдачі. Якщо не вийти на цей глобалізм, широкий масштаб діалогу культур, масштаб протиставлення націй, легко потрапити в полон вестернізації, колонізації культури України. Культурні практики, зокрема мода, можуть зупинити нівеляцію, вестернізацію як тип західного технологічного перевтілення країн, що сліпо наслідують певні культурні зразки.

Висновки. Індивідуальне окреме «Я» в Давній Греції не існувало як окреме особливе тіло. Це був гурт, майдан, поліс, спільнота, про яку людина мусила турбуватися. Фуко піднімає феномен турботи про себе на рівень соціальних норм і визначає як певний диспозитив. Отже, цього достатньо, щоб збагнути, наскільки традиції «технології себе» стають одним із найважливіших принципів модного диспозитиву. Мода несе в собі інтенції глибинного етнокультурного виміру буття як роду, гурту. Всі інші реалії можуть бути більш-менш інституалізованими, але в практиках себе як родові інтенції зберігання самості людини формують альтерглобалізаційний імпульс досягнення ювенальності власного буття, себто модності.

Література

1. Білий О. Національна держава, влада й усталення інфрамистецтва. *Contempopapyart – Нові території*. Київ : Eidos, 2006. С. 118–148.
2. Бистрицький Е. Посткомуністична філософія посткомуністичної доби. *Політологія посткомунізму*. Київ : Політична думка, 1995. С. 13–67.
3. Гелд Д., МакГрю Е., Голдблатт Д., Перратон Д. Глобальні трансформації / пер. з англ. В. Курганського, В. Сікори. Київ : Фенікс, 2003. 548 с.
4. Легенький Ю. Українська національна мода: образ і міф. Київ : Університет «Україна», 2022. 456 с.
5. Шандренко О. Віртуальний простір моди. Київ : КНУКІМ, 2011. 141 с.
6. Barthes R. Mythologies. Paris : Seul, Routledge, 2015. 186 p.
7. Barthes R. Le systeme de la Mode. Paris : Seul,Routledge. 1967. 327 p.
8. Baudbillard J. L'echange symboligue et la mort. Paris :Gallimard. 1976. 430 p.
9. Foucault M. L'herméneutique du sujet, Paris, Hautes Études / Gallimard / Seuil, 2001. 540 p.

References

1. Bilyy, O. (2006). The national state, power and establishment of infrastructure. Contempopapy art – Novi terytoriyi. Kyyiv: Eidos, 118–148 [in Ukrainian].
2. Bystryts′kyy, E. (1995). The national state, power and establishment of infrastructure. Politolohiya postkomunizmu. Kyyiv: Politychna dumka, 13–67 [in Ukrainian].
3. Held, D., MakHryu, E., Holdblatt, D., Perraton, D. (2003). Global transformations. Kyyiv: Feniks [in Ukrainian].
4. Lehen′kyy, Yu. (2022). Ukrainian national fashion: image and myth. Kyyiv: Universytet «Ukrayina» [in Ukrainian].
5. Shandrenko, O. (2011). Virtual fashion space. Kyyiv : KNUKIM [in Ukrainian].
6. Barthes, R. (2015). Mythologies. Paris: Seul, Routledge [in English].
7. Barthes, R.(1967). Le systeme de la Mode. Paris: Seul, Routledge [in English].
8. Baudbillard, J. (1976). L'echange symboligue et la mort. Paris: Gallimard [in English].
9. Foucault, M. L'herméneutique du sujet (2001). Paris, Hautes Études / Gallimard / Seuil [in English].

Стаття надійшла до редакції 11.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 23.11.2022

УДК 747.012.1
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270556

Цитування:
Бірілло І. В., Янновскі Я. С. Новітні технології в дизайні сучасних аеропортів. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 97–102.

Birillo I., Yannovski Ya. (2022). Latest Technology in Modern Airport Design. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 97–102 [in Ukrainian].

Бірілло Інна Валеріївна,
кандидат технічних наук, доцент
Київського національного
університету культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-2172-1486
innabirillo@knukim.edu.ua

Янновскі Янні Сергіївна,
магістр дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-2172-1486
yannovski89@gmail.com

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ АЕРОПОРТІВ

Мета статті – визначити й систематизувати новітні технології в плануванні та дизайні інтер'єрів сучасних аеропортів, виявити особливості їх застосування та визначити зміни в предметному наповненні простору аеропортів технологічними засобами дизайну. **Методологія дослідження** заснована на використанні методів узагальнення і систематизації теоретичного матеріалу з використання інноваційних технологій в інтер'єрі аеропортів та аналізу зарубіжного досвіду передових країн. **Наукова новизна** дослідження полягає у вивченні та систематизації основних новітніх технологій формування інтер'єрних рішень аеропортів відповідно до функціональних зон. **Висновки.** Термінали аеропорту зазнають частої трансформації з урахуванням технологічних досягнень. Авіаційна промисловість, яка постійно зростає, потребує, щоб термінали аеропорту були спроєктовані та побудовані так, аби забезпечити гнучкі умови експлуатації. При створенні дизайну або реорганізації простору терміналів головною вимогою є формування безпечного, вільного від стресу досвіду пасажирів. Впроваджувані технології орієнтовані на уникнення черг і скупчення людей, мінімізацію тактильної взаємодії пасажирів з персоналом та поверхнями. Ключовою тенденцією в облаштуванні сучасних аеропортів є впровадження безконтактних та біометричних технологій, автономних роботів, автоматизованої дезінфекції.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, аеропорт, сучасні технології, інновації, дизайнерські рішення, організація простору.

Birillo Inna, *Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts;* ***Yannovski Yanni,*** *Master of Design, Kyiv National University of Culture and Arts*

Latest Technology in Modern Airport Design

The purpose of the article is to identify and systematise new technologies and innovations in planning and interior design of modern airports. The authors also aim to identify the features of their application and determining changes in the material filling of the airport space with technological means of design. **The research methodology** is based on the application of methods of generalisation and systematization of theoretical material on the use of innovative technologies in the interior of airports and analysis of advanced countries' experience of. **The scientific novelty** of the study consists in the analysis and systematisation of the main new technologies for the formation of airport interior solutions according to functional zones. **Conclusions.**Airport terminals go through frequent transformations to accommodate technological advancements as well as changes in regulations. The ever-growing aviation industry requires airport terminals to be planned, designed, and constructed in a way that should allow flexible operating conditions. When creating a design or reorganisation of the terminal space, the main challenge is to create a safe and stress-free passenger experience. The main requirements and technologies are focused on avoiding queues and crowding, minimising the tactile interaction of passengers with staff and surfaces. One of the key trends used in modern airports is the introduction of contactless and biometric technologies, autonomous robots, and automated disinfection.

Key words: interior design, airport, technologies, innovation, design solutions, space organization.

© Бірілло І. В., 2022
© Янновскі Я. С., 2022

Актуальність теми дослідження. Авіаційна промисловість швидко розвивається: за останнє десятиліття авіаперевезення зросли на 17% на рік, при цьому подорожі як для бізнесу, так і для відпочинку демонструють значне зростання у всьому світі. Це постійне зростання повітряного транспорту призводить до необхідності надавати більш ефективні послуги терміналів аеропорту, які зможуть задовольнити зростання попиту разом з мінливими потребами середовища аеропорту. Можна вважати, що архітектура аеропорту перебуває на вістрі розвитку сучасної архітектури. Тут зосереджені, з одного боку, новітня технологія, пов'язана з авіаційною промисловістю, технологія обслуговування не тільки пасажирів, але й найскладніших технічних комплексів і систем; а з іншого – людська психологія, оскільки будівлі та споруди пасажирського комплексу мають суспільний характер, бо їх створюють для людей.

Аналіз досліджень і публікацій. Під час підготовки статті було використано комплекс загальнонаукових теоретичних методів, які передбачали аналіз закордонного досвіду використання сучасних технологій, узагальнення та систематизацію сучасних стандартів та нормативних документів. Джерельна база дослідження ґрунтується та працях таких вітчизняних авторів, як П. Янновський, А. Валько, О. Семикіна. Серед закордонних дослідників слід виокремити роботи R. Price, R. Hansman, C. Wrigley, A. Dreiling, S. Bucolo. Однак тема застосування інновацій та новітніх технологій у різних функціональних зонах аеропортів для створення сучасного, естетичного та комфортного середовища не була до кінця розкрита й потребує детального вивчення.

Метою публікації є виявлення новітніх технологій та інновацій у функціонально-планувальних рішеннях та дизайні інтер'єрів сучасних аеропортів.

Виклад основного матеріалу. Інновації в цифрових технологіях дають змогу підтримувати роботу внутрішнього середовища аеропорту, створюючи нові можливості для клієнтів і персоналу. Існує п'ять головних рушійних сил, що сприяють модернізації авіаційної галузі: суспільство, довкілля, політика, економіка та технології. Серед них саме технології стають головним предметом впливу на авіаційну галузь [7, 38].

Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) виокремила технології та фактори, які визначатимуть, як буде розвиватися авіаційна галузь у своєму нещодавньому звіті «Майбутнє авіаційної індустрії 2035». У документі зазначено, що провідне місце в майбутньому авіаційної галузі та середовищі аеровокзалів посідатимуть кібербезпека, робототехніка та автоматизація, 3D-друк, нові технології виробництва, віртуальна реальність, доповнена реальність, альтернативні види палива та джерела енергії, нові конструкції літаків, альтернативні способи швидкого транзиту та геопросторові технології [3, 307].

У результаті здійсненого аналізу джерельної бази можна виділити інновації, що вже діють або згодом будуть інтегровані в простір аеропортів:

1. Штучний інтелект. Нове дослідження ринку передбачило зростання впливу штучного інтелекту (до 46,4%) на авіаційному ринку до 2023 року. Штучний інтелект використовують, щоб надати пасажирам персоналізований досвід подорожей. Він персоналізує, оптимізує та масштабує цифрову взаємодію між авіакомпаніями та пасажирами. Штучний інтелект також допомагає авіакомпаніям підбирати свої послуги відповідно до потреб пасажирів [4, 188].

2. Великі дані. Зрушення в бік демократизації даних дає сектору можливість приймати стратегічні рішення, підтверджені фактами. У поєднанні зі штучним інтелектом і машинним навчанням великі дані допомагають галузі передбачати та прогнозувати поведінку пасажирів. Оскільки дані набувають репутації найціннішого активу в епоху цифрових технологій, доцільно проактивно використовувати методи інтелектуального

аналізу даних, наприклад, для моделювання та випробування функціональних зон, розробки [7, 39].

3. Біометрія. Біометричні технології, такі як розпізнавання обличчя, автентифікація за відбитками пальців і сканування сітківки ока, стануть стандартним способом перевірки. З інтеграцією біометричних систем для прикордонного контролю, реєстрації в аеропорту, посадки на борт, міграційних формальностей весь процес верифікації займатиме менше часу та не утворюватиме скупчення і черги в окремих зонах терміналу. Це також поширіться на процес отримання багажу, що дасть змогу пасажирам відстежувати свій багаж у реальному часі [1, 1022].

Приклади конкретних інноваційних розробок та впроваджених технологій останніх років неможливо сприймати та оцінити повною мірою без контексту й передумов. Інновації в дизайні аеропортів були створені, щоб пристосуватися до зростання авіаперевезень. Багато терміналів, побудованих сьогодні, продовжуватимуть функціонувати й у кінці цього століття, а це означає, що поточні проєктні рішення матимуть довгострокові та далекосяжні наслідки.

За останні два десятиліття найбільших змін та інноваційних впроваджень відбулося у сфері безпеки. До 2001 року аеропорти характеризувалися відкритим доступом. Після подій 11 вересня обов'язкові нормативні зміни призвели до зниження рівня обслуговування та зростання невдоволення пасажирів. Відтоді почалися активні розробки та впровадження технологій, які мали на меті нівелювати важкий досвід пасажирів. Зростаючі вимоги до перевірки багажу стимулюють технологічні вдосконалення [2, 470].

Однак зміна технологій безпеки спонукала багато аеропортів вирішувати інженерні проблеми. Нові пристрої екранування, як правило, важчі за своїх попередників, що створює потенційно непереборні структурні проблеми для застарілих будівель, особливо, якщо зона безпеки не знаходиться на першому поверсі. Однак, оскільки цей вплив на застарілі термінальні структури тепер зрозумілий, очікуємо, що наступне покоління розробників обладнання безпеки врахує сучасні структурні обмеження. Відповідно, архітектори та дизайнери аеровокзалів також мають враховувати цей факт при плануванні простору [5, 158].

Аеровокзали є мультимодальними пересадковими пунктами, що являють собою комплекс будівель та систем інфраструктури безпеки, які задовольняють потреби різноманітних інтересів. Тому після проходження перевірок безпеки пасажири стикаються з декількома виборами залежно від свого профілю. Деякі з них – бізнес-мандрівники, які не хочуть робити покупки, потребують негайного та зручного доступу до залу очікування авіакомпанії. Пасажири бізнес-класу віддають перевагу прямому доступу до виходу на посадку із залу очікування авіакомпанії при мінімальній взаємодії з іншими пасажирами і, що найважливіше, з уникненням черг і незручностей. Якщо вони будуть робити покупки, то лише в зручних умовах. Сім'ї, які подорожують, потребують місць громадського харчування та доступу до ванних кімнат. Тому розробка нових технологій та інноваційних рішень у вирішенні простору аеровокзалу, його плануванні та предметному наповненні посідає не менш важливе місце.

Результати аналізу досвіду використання інноваційних технологій у середовищі терміналів провідних іноземних аеропортів надали можливість систематизувати їх відповідно до конкретних функціональних зон терміналів аеропортів (табл. 1).

Таблиця 1

Використання інноваційних технологій
відповідно до функціональних зон терміналів аеропортів

Назва зони	Інноваційні технології та їх можливості	Зображення
Зона паркування транспорту	*Роботи-паркувальники Stanley Robotics.* Сутність цієї інновації полягає в тому, що пасажири залишають свій автомобіль на парковці біля входу, і робот перевозить його для зберігання на автостоянці та повертає транспортний засіб на станцію паркування в потрібний час. Ця технологія створює до 50% додаткових паркувальних місць.	
Вхідна зона	*Система тепловізійної камери FevIR Scan* (розробник Infrared Cameras Inc.). Можливість відстежувати за екраном телевізора на відстані хворих осіб та робити скринінг температури.	
	Дезінфекційна кабіна CLeanTech. Можливість використовувати дезінфікуючий спрей зі швидким (40 секунд) видаленням бактерій з поверхні шкіри й одягу людей.	
Зона очікування	*Автономні роботи-доставники Ottobots* (розробник Ottonomy). Дають змогу пасажирам замовляти безконтактну доставку їжі безпосередньо до місця розташування в залі для очікування.	
Зона реєстрації	*Біометричний термінал Delta.* Дає можливість скорочувати час перевірки пасажирів під час реєстрації.	
	Технологія Elenium пропонує багатогранний підхід до безконтактної технології, яка передбачає розпізнавання голосу, безконтактне керування та сканування ідентифікаторів. Вона дає змогу пасажирам, до яких входять й особи з обмеженою рухливістю, керувати пристроєм самообслуговування за допомогою руху голови.	
Зона перевірки безпеки	*Технологія віртуальної черги SEA Spot Saver.* Дає змогу пасажирам забронювати місце замість того, щоб приєднуватися до фізичної черги. Технологія допомагає усунути довгі черги, покращуючи так соціальне дистанціювання та взаємодію з клієнтами.	

Наведені приклади інновацій у дизайні аеропортів відіграють вирішальну роль у ланцюгу авіаційної безпеки, пов'язуючи безпеку авіакомпаній із безпекою їхніх пасажирів і вантажів.

Найважливішими характеристиками аеропорту є час, безпека та функціональність, тому пасажири зацікавлені в технологічно передових проєктах. З роками зросли очікування і щодо зручностей, комфорту, а також естетичних складників. Термінали аеропорту перетворилися на цивільні та національні символи, і часто дизайн пристосований для задоволення потреб пасажирів, а також авіакомпаній. Дизайнери аеропортів розглядають аеропорт як місце для відпочинку та розробляють інноваційні технології для їх оптимізації. Проаналізувавши закордонний досвід дизайну сучасних аеропортів, виокремимо такі тенденції щодо його влаштування:

1. Міжнародний аеропорт Едмонтон, Альберта, Канада. Новий міжнародний аеропорт став першим канадським терміналом, який отримав сертифікат LEED Gold. Живі стіни були вбудовані по всьому терміналу, а також виставлено публічне мистецтво Каріма Рашида, Майкла Гейдена та Ерін Панкрац-Сміт. Фірма також запровадила фіксовані реактивні мости з подвійною рампою, що дає змогу пасажирам, які прибувають, висаджуватися в окремий коридор, подалі від переповнених зон [4, 198].

2. Міжнародний аеропорт «Вінніпег» імені Джеймса Армстронга Річардсона, Манітоба, Канада. Компанія Stantec співпрацювала з архітектурною фірмою Pelli Clarke Pelli для розробки терміналу в Міжнародному аеропорту «Вінніпег». Концепція демонструє консольні дахи, що нагадують крила літака та затінюють зони очікування [6, 310].

3. Аеропорт Ікалуіт, Нунавут, Канада. Надихнувшись американським художником Дональдом Джаддом, дизайнери вибрали яскраво-червоний колір для зовнішнього вигляду нового аеропорту в місті Ікалуіт. Система охолодження, яка захищає вічний мерзлотний ґрунт під будівлею, була включена як архітектурний елемент [1, 1023].

4. Аеропорт Абу-Дабі в Об'єднаних Арабських Еміратах. У прагненні створити кращі враження для транзитних пасажирів хаб ввів інноваційну розробку та став першим аеропортом у світі, який пропонує спальні капсули для відпочинку. Вони створені за мотивами крісел бізнес-класу авіакомпаній, перетворених у форму кокона, що захищає від світла та натовпу [2, 452].

5. Міжнародний аеропорт Шарль-де-Голль. У залі вильоту, який містить найбільшу кількість бізнес-клієнтів, було інтегровано інноваційну ідею, спрямовану на підвищення продуктивності та рентабельності часу очікування пасажирів. Технологія підтримує спілкування пасажирів через цифровий робочий простір, який допомагає бізнес-мандрівникам розвивати свою професійну мережу. Після реєстрації в цифровому просторі пасажирів повідомляють про присутність, і вони можуть вказати бажання зустрітися з іншими пасажирами [7, 4].

Пасажиропотік продовжує зростати, тому для аеропортів вкрай важливо мати сучасний технологічний простір, оскільки це впливає на їх функціонування, задоволеність пасажирів та конкурентоспроможність. Впровадження нових технологій та інтеграція інновацій у середовище аеровокзалу забезпечують загальну операційну ефективність і економію простору, оскільки дає змогу аеропортам розширювати пасажиропотік без потреби надавати додаткові місця чи кадрові ресурси.

Існує необхідність впровадження певних функціонально-планувальних рішень для ергономічного та психологічно комфортного середовища. Навігація є ключовим елементом для зниження стресу пасажира протягом усієї подорожі. Спрямування пасажирів через комерційну зону означає, що вони зможуть ознайомитися з вибором пропонованих роздрібних можливостей, відволіктися від стресу, що допоможе розширити комерційні можливості аеропорту.

Найбільш напруженою для мандрівників є зона пункту контролю пасажирів. Оскільки атмосфера такої зони допомагає заспокоїти пасажира, акцент у дизайні має бути зосереджений на більш широкому просторі для черги без будь-яких структурних перешкод, щоб можна було розмістити максимальну кількість контрольно-пропускних пунктів.

Гнучке планування дає можливість використовувати один простір для кількох цілей. Простір є обмеженням, особливо для невеликих аеропортів, а такий підхід допомагає визначити економічну ефективність і стабільність роботи. Гнучкого дизайну досягають завдяки універсальним варіантам оздоблення, які можна модифікувати, трансформувати та повторно застосовувати відповідно до призначення середовища простору. Це дає змогу будівлю терміналу

оновлювати без збоїв і вносити майбутні зміни без серйозних фінансових наслідків. Майбутні концепції сучасних аеропортів охоплюють: комфортне обслуговування пасажирів, підвищення потужності та якості з високим рівнем повітряних операцій, зменшення впливу навколишнього середовища на природу, використання проєктів чистої енергії.

Наукова новизна статті полягає в аналізі головних новітніх технологій та систематизації їх відповідно до функціональних зон. Досліджено головні тенденції створення сучасного інтер'єру аеропортів на прикладі досвіду передових закордонних країн за планувальними й естетичними чинниками. Сформовано повну картину інтеграції інноваційних технологій у середовище аеропортів для підвищення їх ефективності, ергономічності та покращення досвіду пасажирів.

Висновки. У результаті дослідження проаналізовано новітні технології, впровадженні в інтер'єр аеропортів, встановлено їх відповідність конкретним функціональним зонам. Головні інновації спрямовані на уникнення черг і скупчення людей, мінімізацію тактильної взаємодії та скорочення часу ідентифікації особистості пасажирів. Застосування безконтактних та біометричних технологій, автоматизованої дезінфекції і перевірки температури пасажирів, використання роботів як у самому терміналі, так і за його межами відповідно до функціонального зонування простору терміналів аеропортів дає змогу оптимізувати простір, зробити подорож пасажирів більш приємною та підвищити рівень безпеки. А гнучкі функціонально-планувальні рішення будуть сприяти створенню ергономічного та психологічно комфортного середовища.

Література

1. Bonnefoy P. A., de Neufville R., Hansman R. J. Evolution and development of multi-airport systems. A worldwide perspective. *Journal of Transportation Engineering.* 2010. Vol. 136. № 11. Pp. 1021–1029.
2. Lundberg J. Situation awareness systems states and processes: A holistic framework. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*. 2015. Vol. 16. № 5. Pp. 447–473.
3. Price R., De Lille C., Bergema K. Advancing industry through design: A longitudinal case study of the aviation industry. *The Journal of Design, Economics, and Innovation.* 2019. Vol. 5. № 4. Pp. 304–326.
4. Price R., Wrigley C., Matthews J. Three narrative techniques for engagement and action in design-led innovation. *The Journal of Design, Economics, and Innovation.* 2018. Vol. 4. № 2. Pp. 186–201.
5. Проєктування та будівництво аеродромних комплексів : монографія / Г. М. Агєєва, Л. Г. Гуртіна, О. М. Дубик та ін. ; за заг. ред. В. В. Карпова. Херсон : Олді+, 2022. 336 с.
6. Семикіна О. В. Головні тенденції розвитку сучасних аеропортів. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2021. № 59. С. 306–315.
7. Яновський П. О., Валько А. М. (2015). Використання передових інформаційних технологій для обслуговування пасажирів аеропорту. *Комп'ютерні технології в міському і регіональному господарстві* : праці V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 23–28 листопада 2015 р.). Київ, 2015. С. 38–39.

References

1. Bonnefoy, P. A., de Neufville, R., Hansman, R. J. (2010). Evolution and development of multi-airport systems. A worldwide perspective. *Journal of* Transportation Engineering, 136, (11), 1021–1029 [in English].
2. Lundberg, J. (2015). Situation awareness systems states and processes: A holistic framework. Theoretical Issues in Ergonomics Science, 16, (5), 447–473 [in English].
3. Price, R., De Lille, C., Bergema, K. (2019). Advancing industry through design: A longitudinal case study of the aviation industry. The Journal of Design, Economics, and Innovation, 5, (4), 304–326 [in English].
4. Price, R., Wrigley, C., Matthews, J. (2018). Three narrative techniques for engagement and action in design-led innovation. The Journal of Design, Economics, and Innovation, 4, (2), 186–201 [in English].
5. Ahyeyeva, H. M., Hurtina, L. H., Dubyk, O. M. (2022). Design and construction of airfield complexes: monograph / za zah. red. V. V. Karpova. Kherson: Oldi+, 336 [in English].
6. Semykina, O. (2021). The main trends in the development of modern airports. Suchasni problemy Arkhitektury ta Mistobuduvannya, (59), 306–315 [in Ukrainian].
7. Yanovs′kyy, P. O., Val′ko, A. M. (2015). Use of advanced information technologies to serve airport passengers. Komp'yuterni tekhnolohiyi v mis′komu i rehional′nomu hospodarstvi: pratsi 5 mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., m. Kyyiv, 23–28 lystopada 2015 r. Kyyiv, 38–39 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 05.10.2022
Отримано після доопрацювання 07.11.2022
Прийнято до друку 14.11.2022

УДК 378: [372.87:658.512.23]
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270557

Цитування:
Бобренко Р. В. Нові підходи до змісту дисципліни «Візуальні комунікації» в підготовці графічних дизайнерів. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 103–109.

Bobrenko R. (2022). Approaches to Visual Communications Subject Content in the Training of Graphic Designers. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 103–109 [in Ukrainian].

Бобренко Ростислав Всеволодович,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри графічного дизайну
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0001-7674-301X
rostyslavbobrenko@gmail.com

НОВІ ПІДХОДИ ДО ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ «ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ» В ПІДГОТОВЦІ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ

Мета роботи полягає в окресленні нових підходів до змісту дисципліни «Візуальні комунікації» в підготовці графічних дизайнерів. **Методологія роботи** полягає в застосуванні комплексу загальнонаукових методів, серед яких основними є: об'єктивності, функційності, порівняльного аналізу, пояснювальний, узагальнення та систематизації; спеціальних – комплекс педагогічних методів: організації навчального процесу, проблемного викладання, лекційний, дослідницький, творчий тощо. **Наукова новизна**. Подано авторську інтерпретацію тематичного змісту дисципліни «Візуальні комунікації» в контексті сучасної підготовки графічного дизайнера. Підґрунтям для запропонованого змісту стали теми, що визначені як типові й доцільні, оскільки розкривають сутність дисципліни та їх здебільшого використовують укладачі навчальних програм із цієї дисципліни. Розширено тематику змісту завдяки юридично-правовому аспекту функціонування інформації та видавничої справи. При цьому розкрито понятійний апарат, проаналізовано основні принципи роботи графічного дизайнера над проєктом і процес творчої реалізації студентом власного проєкту на обрану тему в контексті візуальних комунікацій. **Висновки**. Виявлено лише в частині освітніх програм з графічного дизайну вітчизняних ЗВО дисципліну «Візуальні комунікації»; відзначено варіативність найменувань цієї дисципліни; окреслено ключові напрями її тематичного забезпечення; запропоновано педагогічний підхід теоретично-практичного опанування змісту дисципліни, при цьому розширено діапазон тем і змінено тематичну структуру дисципліни, зокрема, додано юридично-правовий аспект діяльності графічного дизайнера.

Ключові слова: дизайн, підготовка графічних дизайнерів, візуальні комунікації.

Bobrenko Rostyslav*, Ph.D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Graphic Design, National Academy of Management of Culture and Arts*

New Approaches to Visual Communications Subject Content in the Training of Graphic Designers

The purpose of the paper lies in outlining new approaches to the content ofthe Graphic Communications subject. The research methodology comprises general scientific and special methods. General scientific methods include the methods of objectivity, functionality, comparative analysis, descriptive method, the methods of generalisation and systematisation. Specific methods used, namely a group of pedagogical methods, are organisation of educational process, task-based learning, lecturing, research methods, and creative method. **Scientific novelty of the research**. The paper presents the author's interpretation of the thematic content of Visual Communications subject in the process of training graphic designers. In particular, the researcher suggests adding both classical and effectual topics since they reveal the essence of the subject, as well as give the description of the topics that many syllabi developers use. The range of topics has been broadened due to the legal aspect of functioning of information and publishing. Besides, the paper explains the subject terminology, studies the main principles of the graphic designer developing a project, presents a student's creative realisation of their own project on the chosen aspect of visual communications. **Conclusions**. The author has revealed that only a part of domestic university syllabi on graphic design include Visual Communications subject, which is called in a variety of ways. He has outlined the key trends of themes in the syllabi, suggested the pedagogical approach of theoretical and practical mastering of the subject content, as well as broadened the range of themes and altered the thematic structure of the subject. The suggested thematic structure includes legal aspect of a graphic designer's activity.

Key words: design, graphic designer training, visual communications.

Актуальність теми дослідження. В умовах цифровізації в техніці та мистецтві відбуваються суттєві зміни у візуальній творчості, що не тільки надає всьому нової художньої виразності, що раніше могло не асоціюватися з мистецтвом, а й стає незміреною ресурсною базою та джерелом натхнення. Ця нова реальність спонукає до

© Бобренко Р. В., 2022

перманентного оновлення підходів навчання, зокрема, графічного дизайнера. Візуальні комунікації покликані охопити синергетичність наочних явищ реальності, сприяти виробленню системних і доцільних підходів для їх пошуку, відбору й ефективного застосування в дизайнерському проєктуванні.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика вітчизняної підготовки майбутніх фахівців з дизайну стала провідною в працях таких науковців, як: С. Чирчик – стосовно становлення системи дизайн-освіти в Україні [24]; Є. Антонович, В. Прусак, А. Шевченко – у контексті методологічних підходів [1; 20; 25], Цзя Яочен – у моделюванні розвитку креативного потенціалу [26] тощо.

Формування різних аспектів візуальних комунікацій у графічних дизайнерів на базі сучасних ЗВО України висвітлено в науково-педагогічних працях, наприклад; Цзю Дутіна – у компетентнісному контексті [23]; А. Максимової – у фокусі розвитку проєктної культури [18]; В. Соловйова, О. Яворського – у ракурсі формулювання творчих завдань на виконання фотовідеодизайнерських проєктів [21] тощо.

Розробка тематичного забезпечення дисципліни «Візуальні комунікації» для підготовки майбутніх фахівців різних напрямів відобразилася, наприклад, у навчально-методичних працях А. Поліщук для здобувачів спеціальності «Дизайн» [17], М. Хоменко для здобувачів спеціалізації «Промисловий дизайн» [2], О. Павлової та А. Тормахової для здобувачів спеціалізації «Культурологія» [3] тощо. На підставі нашої розвідки можемо судити лише про окремі підходи в тематичному наповненні означеної дисципліни, тим паче для підготовки графічних дизайнерів, через недостатню практику розміщення навчально-методичних комплексів з поточних дисциплін на офіційних сайтах ЗВО України.

Мета дослідження – передусім з'ясувати діапазон тематичного забезпечення дисципліни «Візуальні комунікації» та висловити нові підходи до її змісту відповідно до актуальних потреб професійної підготовки графічного дизайнера.

Виклад основного матеріалу. Ми проаналізували низку вітчизняних ЗВО, де викладають дисципліну «Візуальні комунікації». Серед них є частина тих, які готують здобувачів недизайнерських професій, наприклад культурологів (Київський національний університет імені Тараса Шевченка) [3] та ін., а також дизайнерів інших спеціалізацій, наприклад промислових дизайнерів (Харківська державна академія дизайну і мистецтв) [2] тощо. Лише незначна частина проаналізованих закладів пропонує здобувачам спеціальності «Дизайн», зі спеціалізацією «Графічний дизайн», дисципліну з формулюванням «Візуальні комунікації», серед них: Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури [8], Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв [27].

Найменування означеної навчальної дисципліни в більшості проаналізованих ЗВО має варіативне формулювання, що не стільки виявляє відмінність характеру її змісту, скільки вказує на його нюансність. Так, у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка маємо назву «Візуальні практики та комунікація» [3], у Національному університеті «Львівська політехніка» – «Дизайн візуальних комунікацій» [12], у Харківській державній академії дизайну і мистецтв – «Візуальні комунікації в дизайні» [2], у Національному університеті «Запорізька політехніка» – «Проєктування (візуальні комунікації)» [19], у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара – «Проєктування візуальних комунікацій» [11; 13], у Закарпатській академії мистецтв – «Візуальні комунікації і реклама» [7], у Київській державній академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука – «Комунікаційні форми графічного дизайну» [14], в Інституті мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка – «Комунікаційний дизайн» [6; 17] тощо.

Серед проаналізованих ЗВО, де готують майбутніх графічних дизайнерів, є приклади відсутності в дисциплінарному забезпеченні візуальних комунікацій як безпосередньо, так й опосередковано вираженою назвою: Університет «Україна» [22], ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» [4; 5], Київський фаховий коледж прикладних наук (Державний вищий навчальний заклад «Київський коледж легкої промисловості») [16], Київський національний університет технологій та дизайну [15] тощо. Чи є на бакалавраті, але не продовжено в магістратурі, наприклад: у Закарпатській академії мистецтв, Київській державній академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука [9; 10], або навпаки.

У тематичному забезпеченні робочих програм навчальної дисципліни «Візуальні

комунікації» ми зосередили увагу на лекційній тематиці, оскільки теми практичних занять і самостійної роботи часто збігаються з ними. Тож виділили такі основні напрями: рекламна комунікація в широкому діапазоні аспектів [3; 7; 12; 17; 19]; підготовка продукції масмедійних форм візуальної комунікації [2; 3]; електронні технології та їх використання в професійній презентації власного дизайнерського проєктування [2]; засоби візуальної виразності [2; 12; 19]; візуалізація інтерфейсу гаджетів [2]; фешн-комунікація [3]; міський аспект візуальної комунікації [3]; етапи дизайнерського проєктування у візуальній комунікації [2; 12; 17; 19] тощо.

У Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв передбачено впровадження в навчальному процесі підготовки бакалаврів – графічних дизайнерів курс «Візуальні комунікації». Причому зміст дисципліни розкриває теоретично-практичні основи візуальних комунікацій і акцентує на практичному аспекті дизайнерського проєктування об'єктів різних візуальних видів дизайну.

На підставі дослідження навчально-методичного матеріалу ми запропонували підхід до укладання тематики дисципліни «Візуальні комунікації». Серед засад тематичної структури – передусім етапи дизайнерського проєктування та презентації візуалізації навчального дизайн-проєкту засобами комп'ютерних технологій, зокрема графічних редакторів: Adobe Photoshop і Illustrator.

Так, етапи навчального дизайн-проєктування включають у себе: самостійний вибір здобувачем теми на підставі розглянутої під час тематичних практичних занять (лекції не передбачені робочою програмою навчальної дисципліни відповідно до навчального плану) специфіки широкого діапазону видів дизайну, наприклад: фіто- й артдизайн, видавничий і вебдизайн, ландшафтний та архітектурний дизайн, фешн і промисловий дизайн, нігтьовий дизайн і бодіарт та ін., що стосуються художнього проєктування візуальних об'єктів. При цьому студенти мають добрати в інтернет-базах не стільки фотозображення готових об'єктів дизайну, скільки їх ескізи для розширення уявлення про варіативність творчого процесу, вироблення якісних орієнтирів візуалізації, проявлення власних зацікавлень у виборі тематичного напряму проєктування, який би мотивував і надихав на звершення.

На підставі самостійно обраної теми здобувачі включаються в гру у двох іпостасях – замовника та дизайнера. Першу роль вони втілюють у брифі, написання якого допомагає наблизитися до конкретного технічного завдання, з його виписаним характером об'єкта проєктування, зокрема, заданими параметрами, носієм (місцем, умовами застосування), цілями, завданнями, уподобаннями умовного клієнта-замовника, регламентуванням часу виконання та специфіки виплати гонорару дизайнерові (наміри) тощо. Другу роль – дизайнера – студенти втілюють під час створення концепції навчального дизайн-проєкту, у якій на підставі брифу мають описати дизайнерський задум, (узгоджений з намірами замовника), засоби його формотворчості й обґрунтувати їх доцільність для умовного замовника та втілювачів. Концепція передбачає ґрунтовну обізнаність дизайнера з прототипами й аналогами об'єкта проєктування, тому здобувач шукає, відбирає і описує їх відповідно до запропонованих викладачем критеріїв (з можливістю розширити чи адаптувати останні). На етапі створення фор-ескізів майбутні графічні дизайнери можуть вільно обирати техніку візуалізації, проте вона має проявити (бажано оптимально) дизайнерський задум та основні функції об'єкта проєктування, а також мати доцільні художні підходи. Методом колективного вибору визначають найкращі ескізи здобувача для подальшої візуалізації на мокапі в одному з графічних редакторів і презентації їх як результату навчального дизайн-проєкту.

Оригінальною частиною тематичної структури навчальної дисципліни можна вважати, наприклад, юридично-правові засади професійної діяльності дизайнера, що не увійшли в проаналізований тематичний діапазон дисципліни. Запропоновані такі аспекти, як: основні закони України, що регламентують функціонування інформації – її збирання, обробляння, збереження та поширення; фокусування уваги на законах України «Про рекламу», «Про авторське право і суміжні права», «Про захист суспільної моралі», оскільки в них висвітлені положення, що вказують про певні можливості й обмеження у використанні певних візуальних образів або окремих мотивів у різних аспектах повідомлення; державні стандарти, що регламентують технічний і технологічний аспекти діяльності графічного дизайнера: передусім це видавничі стандарти підготовки та поліграфічного відтворення макета дизайн-проєкту.

Наукова новизна. Тож запропонована

здобувачеві освітнього ступеня «Бакалавр» спеціалізації «Графічний дизайн» така розширена система тем дисципліни «Візуальні комунікації», яка покликана реалізувати актуальні потреби його професійної підготовки:

1. Вступ. Комунікація в соціальному середовищі та специфіка її втілення засобами дизайну.
2. Дизайн-проєкт у контексті комунікації. Типологія видів і форм об'єктів дизайну візуальних комунікацій згідно з функціональним, комунікативним і художньо-образним критеріями.
3. Бриф навчального дизайн-проєктування.
4. Концепція об'єкта навчального дизайнерського проєкту.
5. Дослідження та систематизація досвіду візуалізації обраного об'єкта навчального дизайнерського проєкту.
6. Юридично-нормативні засади візуальної комунікації.
7. Фор-ескізи об'єкта навчального дизайнерського проєкту.
8. Ергономічна специфіка сприйняття в дизайні об'єктів візуальних комунікацій.
9. Презентація об'єкта навчального дизайнерського проєкту.

Висновки. Отже, прослідковано варіативність найменувань дисципліни «Візуальні комунікації» в ЗВО України; виявлено в частині освітніх програм з графічного дизайну вітчизняних ЗВО дисципліну «Візуальні комунікації»; окреслено ключові напрями тематики в робочих програмах навчальної дисципліни «Візуальні комунікації»; запропоновано новий підхід до змісту дисципліни «Візуальні комунікації» в підготовці графічних дизайнерів. Він стверджує творчий підхід у набутті професії, розширює тематику змісту завдяки юридично-нормативним положенням функціонування інформації та видавничої справи; спрямовує здобувача вищої освіти на ініціативність у виборі актуальних напрямів проєктування, мультикультуральність у підходах до джерел інформації, застосування широкого діапазону засобів синестезії мистецтв, збагачення чужим досвідом, як віртуальним, так і реальним, під час дослідження прототипів і аналогів об'єктів дизайнерського проєктування та зворотного зв'язку при колективному обговоренні авторських концепцій і варіантів їх візуалізації студентами. Це можливість вільно реалізовувати проєкти різних візуальних видів дизайну, активно долучитись до пізнання їх специфіки в навчальному процесі, коли немає суворих обмежень робочих замовлень.

Література

1. Антонович Є. А. Теорія і методика дизайну в контексті розвитку концепції сучасного національного дизайну. *Педагогіка вищої та середньої школи. Мистецько-педагогічна освіта: проблеми та перспективи*. Кривий Ріг : КДПУ, 2005. № 13. С. 3–8.

2. Візуальні комунікації в дизайні : робоча програма навчальної дисципліни для студентів 4 курсу ОПП «Промисловий дизайн» / розроб. М. Хоменко ; Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2020. 13 с. URL: https://ksada.org/pdf/PD-VK-RP-4%D0%BA.pdf (дата звернення: грудень 2021).

3. Візуальні практики та комунікація : робоча програма навчальної дисципліни / розроб. О. Ю. Павлова, А. М. Тормахова. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2021. 12 с. URL: http://www.philosophy.univ.kiev.ua/uploads/editor/eec_prog_mas_2020/Павлова%20Тормахова_візуальні%20практики%20%201к.%20маг.%202020.pdf (дата звернення: грудень 2021).

4. Графічний дизайн : освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. дизайну ННІТОТТ ; ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». Ставробільськ, 2020. URL: https://drive.google.com/file/d/1RezkOdaGrDdqxRTgDC5mU8zQcFafrhqq/view (дата звернення: грудень 2021).

5. Графічний дизайн : освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. дизайну ННІТОТТ ; ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка». Ставробільськ, 2021. URL: https://drive.google.com/file/d/1Arkoaxv-L8230OC7UZNJ4gwOLyB_Mmdk/view (дата звернення: грудень 2021).

6. 022.00.02 Графічний дизайн : освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. дизайну ; Інститут мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка. Київ, 2017. 13 [2] с. URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/vstupnikam/im/mag/2018/op_mah_dz_n.pdf (дата звернення: грудень 2021).

7. Графічний дизайн : освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. дизайну ; Закарпатська академія мистецтв. Ужгород, 2019. 17 [2] с. URL: http://www.artedu.uz.ua/doc-files/navch_proc/op_gd.pdf(дата звернення: грудень 2021).

8. Графічний дизайн : освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. дизайну ; НАОМА. Київ, 2019. 13 [2] с. URL: https://drive.google.com/file/d/13ZlvTmMpu4-AffQsvwBsUccZ8dN-QRDq/preview (дата звернення:

грудень 2021).

9. Дизайн : освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. графічного дизайну ; Київський державний інститут декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука [тепер Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука]. Київ, 2017. 24 [2] с. URL: https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2021/03/022_dyzajn_magistry_opp.pdf (дата звернення: грудень 2021).

10. Дизайн : освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. дизайну ; Закарпатська академія мистецтв. Ужгород, 2019. 24 [2] с. URL: http://www.artedu.uz.ua/doc-files/navch_proc/OPP19d.pdf (дата звернення: грудень 2021).

11. Дизайн : освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. образотворчого мистецтва та дизайну ; Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпро, 2019. 15 с. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/osvitni_programy/2019/bakalavr/022_1_b.pdf(дата звернення: грудень 2021).

12. Дизайн візуальних комунікацій : силабус навчальної дисципліни / каф. дизайну та основи архітектури ; Національний університет «Львівська політехніка». Львів. URL: https://old.lpnu.ua/education/majors/subject/IARD/6.022.01.01/8/2019/ua/full/6/740 (дата звернення: грудень 2021).

13. Дизайн візуального середовища: освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. образотворчого мистецтва та дизайну ; Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпро, 2019. 14 с. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/osvitni_programy/2019/magistr/022_1_m(1).pdf (дата звернення: грудень 2021).

14. Дизайн (графічний дизайн) : освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / каф. графічного дизайну ; Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука. Київ, 2021. 20 [2] с. URL: https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2021/09/opp_022_dyzajn_4.pdf (дата звернення: грудень 2021).

15. Кафедра дизайну факультету дизайну Київського національного університету технологій та дизайну : офіційний сайт. URL: https://knutd.edu.ua/university/faculties/design/designd/ (дата звернення: грудень 2021).

16. Комп'ютерний дизайн виробів легкої промисловості : освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / відділення дизайну ; Державний вищий навчальний заклад «Київський коледж легкої промисловості» [Київський фаховий коледж прикладних наук]. Київ, 2018. 13 [1] с. URL: http://kklp.kiev.ua/docs/osvitni_program/ОПП%20комп%20дизайн.pdf (дата звернення: грудень 2021).

17. Комунікаційний дизайн : робоча програма навчальної дисципліни для другого рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво / уклад. А. А. Поліщук ; Інститут мистецтв, каф. дизайну ; Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2017. 14 [4] с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/21812/1/A.Polischuk%20_%20Communication%20design%20%D0%94_%D0%9C6_2017.pdf (дата звернення: грудень 2021).

18. Максимова А. Модель розвитку проектної культури майбутніх дизайнерів-графіків у професійній підготовці. Інститут професійно-технічної освіти НАПН України. С. 66–72. URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/702725.pdf (дата звернення: 12.2021).

19. Проектування (візуальні комунікації) : силабус навчальної дисципліни / кафедра дизайну ; Національний університет «Запорізька політехніка». Запоріжжя, 2020. URL: https://moodle.zp.edu.ua/course/info.php?id=2439 (дата звернення: грудень 2021).

20. Прусак В. Ф. Методологічні підходи до підготовки дизайнерів у вищих навчальних закладах. *Наукові записки Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Вип. 61. 2006. С. 131–138.

21. Соловйов В. О., Яворський О. Л. Особливості формулювання творчих завдань на виконання фотовідеодизайнерських проектів. *Науковий потенціал 2013* : матер. Дев'ятої міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 25–27 березня 2013 р.). Київ, 2013. Ч. 2. С. 45–47.

22. Університет «Україна» : офіційний сайт URL: https://ab.uu.edu.ua/edu-specialty/21_dizain_za_vidami (дата звернення: грудень 2021).

23. Цзю Дутін. Фахова компетентність як головний чинник підготовки майбутніх фахівців з графічного дизайну : *Professional Art Education* / ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2021. № 2 (1). С. 20–27. URL: https://arteducation.pro/index.php/artedu/article/view/10/24 (дата звернення: грудень 2021).

24. Чирчик С. В. До питання становлення системи дизайн-освіти в Україні. *Проблеми та перспективи розвитку маркетингу, зв'язків з громадськістю та дизайну в умовах глобалізації та розбудови української держави* : матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2017. С. 227–229.

25. Шевченко А. І. Методика навчання художнього проектування майбутніх фахівців з дизайну : автореф. дис. … канд. пед. наук: 13.00.02. Київ, 2017. 19 с. URL: https://npu.edu.ua/images/file/vidil_aspirant/avtoref/D_26.053.19/Shevchenko.pdf (дата звернення: грудень 2021).

26. Яочен Цзя. Моделювання процесу розвитку креативного потенціалу майбутніх дизайнерів у професійній підготовці. *Молодь і ринок*. 2017. № 1. С. 123–126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2017_1_28 (дата звернення: грудень 2021).

27. Графічний дизайн : освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спец. 022 Дизайн, галузі знань 02 Культура і мистецтво [проєкт]. НАКККіМ. Київ, 2021. 31 с. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/Instytut_

dyzaynu/hrafich_dyz/OPP_022_HD_bakalavr_proekt.pdf (дата звернення: грудень 2021).

References

1. Antonovych, Ye. A. (2005). Theory and methods of design in the context of the development of the concept of modern national design. Mystetsko-pedahohichna osvita: problemy ta perspektyvy: zb. nauk. pr. Spetsialnyi vypusk. Kryvyi Rih: KDPU, 13, 3–8 [in Ukrainian].

2. Visual communications in design: robocha prohrama navchalnoi dystsypliny dlia studentiv 4 kursu OPP «Promyslovyi dyzain». (2020). Rozrob. M. Khomenko ; Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv. Kharkiv. Retrieved from: https://ksada.org/pdf/PD-VK-RP-4%D0%BA.pdf [in Ukrainian].

3. Visual practices and communication. (2021). Robocha prohrama navchalnoi dystsypliny. O. Yu. Pavlova, A. M. Tormakhova. Kyiv: KNU im. Tarasa Shevchenka. Retrieved from: http://www.philosophy.univ.kiev.ua/uploads/editor/eec_prog_mas_2020/Павлова%20Тормахова_візуальні%20практики%20%201к.%20маг.%202020.pdf [in Ukrainian].

4. Graphic design. (2020). Osvitno-profesiina prohrama druhoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. dyzainu NNITOTT]; DZ «LNU imeni Tarasa Shevchenka». Stavrobilsk. Retrieved from: https://drive.google.com/file/d/1RezkOdaGrDdqxRTgDC5mU8zQcFafrhqq/view [in Ukrainian].

5. Graphic design. (2021). Osvitno-profesiina prohrama pershoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. dyzainu NNITOTT] DZ «LNU im. Tarasa Shevchenka». Stavrobilsk. Retrieved from: https://drive.google.com/file/d/1Arkoaxv-L8230OC7UZNJ4gwOLyB_Mmdk/view [in Ukrainian].

6. 022.00.02 Graphic design. (2017). Osvitno-profesiina prohrama druhoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. dyzainu] ; Instytut mystetstv Kyivskoho universytetu imeni Borysa Hrinchenka. Kyiv. Retrieved from: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/vstupnikam/im/mag/2018/op_mah_dz_n.pdf [in Ukrainian].

7. Graphic design. (2019). Osvitno-profesiina prohrama pershoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. dyzainu] ; Zakarpatska akademiia mystetstv. Uzhhorod. Retrieved from: http://www.artedu.uz.ua/doc-files/navch_proc/op_gd.pdf [in Ukrainian].

8. Graphic design. (2019). Osvitno-profesiina prohrama pershoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. dyzainu] ; NAOMA. Kyiv. Retrieved from: https://drive.google.com/file/d/13ZlvTmMpu4-AffQsvwBsUccZ8dN-QRDq/preview [in Ukrainian].

9. Design. (2017). Osvitno-profesiina prohrama druhoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. hrafichnoho dyzainu]. Kyivskyi derzhavnyi instytut dekoratyvno-prykladnoho mystetstva i dyzainu imeni Mykhaila Boichuka [teper Kyivska derzhavna akademiia dekoratyvno-prykladnoho mystetstva i dyzainu imeni Mykhaila Boichuka]. Kyiv. Retrieved from: https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2021/03/022_dyzajn_magistry_opp.pdf [in Ukrainian].

10. Design. (2019). Osvitno-profesiina prohrama druhoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. dyzainu] ; Zakarpatska akademiia mystetstv. Uzhhorod. Retrieved from: http://www.artedu.uz.ua/doc-files/navch_proc/OPP19d.pdf [in Ukrainian].

11. Design. (2019). Osvitno-profesiina prohrama pershoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. obrazotvorchoho mystetstva ta dyzainu] ; Dniprovskyi natsionalnyi universytet imeni Olesia Honchara. Dnipro. Retrieved from: https://www.dnu.dp.ua/docs/osvitni_programy/2019/bakalavr/022_1_b.pdf [in Ukrainian].

12. Design of visual communications. (n.d.). [Sylabus] navchalnoi dystsypliny. kaf. dyzain ta osnovy arkhitektury ; Natsionalnyi universytet «Lvivska politekhnika». Lviv. Retrieved from: https://old.lpnu.ua/education/majors/subject/IARD/6.022.01.01/8/2019/ua/full/6/740 [in Ukrainian].

13. Visual environment design (2019). Osvitno-profesiina prohrama druhoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. obrazotvorchoho mystetstva ta dyzainu] ; Dniprovskyi natsionalnyi universytet imeni Olesia Honchara. Dnipro. Retrieved from: https://www.dnu.dp.ua/docs/osvitni_programy/2019/magistr/022_1_m(1).pdf [in Ukrainian].

14. Design (graphic design). (2021). Osvitno-profesiina prohrama pershoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [kaf. hrafichnoho dyzainu] ; Kyivska derzhavna akademiia dekoratyvno-prykladnoho mystetstva i dyzainu imeni Mykhaila Boichuka. Kyiv. Retrieved from: https://kdidpmid.edu.ua/academy/wp-content/uploads/2021/09/opp_022_dyzajn_4.pdf [in Ukrainian].

15. Department of Design, Faculty of Design, Kyiv National University of Technology and Design. (2021). Bushfire resource preparedness and recovery. Retrieved from: https://knutd.edu.ua/university/faculties/design/designd/ [in Ukrainian].

16. Computer design of light industry products. (2018). Osvitno-profesiina prohrama pershoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. [viddilennia dyzainu]. Derzhavnyi vyshchyi navchalnyi zaklad «Kyivskyi koledzh lehkoi promyslovosti» [Kyivskyi fakhovyi koledzh prykladnykh nauk]. Kyiv. Retrieved from: http://kklp.kiev.ua/docs/osvitni_program/ОПП%20ком

п%20дизайн.pdf [in Ukrainian].

17. Communication design. (2017). Robocha prohrama navchalnoi dystsypliny dlia druhoho rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo. A.A. Polishchuk. Instytut mystetstv, kaf. Dyzainu. Kyivskyi universytet imeni Borysa Hrinchenka. Kyiv. Retrieved from: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/21812/1/A.Polischuk%20_%20Communication%20design%20%D0%94_%D0%9C6_2017.pdf [in Ukrainian].

18. Maksymova, A. Model of development of project culture of future graphic designers in professional training. Instytut profesiino-tekhnichnoi osvity NAPN Ukrainy. Retrieved from: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/702725.pdf [in Ukrainian].

19. Designing (visual communications). (2020). Sylabus navchalnoi dystsypliny. [kafedra dyzainu] ; Natsionalnyi universytet «Zaporizka politekhnika». Zaporizhzhia. Retrieved from: https://moodle.zp.edu.ua/course/info.php?id=2439 [in Ukrainian].

20. Prusak, V.F. (2006). Methodological approaches to the training of designers in higher educational institutions. Naukovi zapysky Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova, 61, 131–138. [in Ukrainian].

21. Soloviov, V. O., Yavorskyi, O. L. (2013). Peculiarities of the formulation of creative tasks for the implementation of photo-video design projects «Scientific Potential 2013»: Materialy Deviatoi mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii. (part 2),. Kyiv, 45–47 [in Ukrainian].

22. University «Ukraine». (2022). Bushfire resource preparedness and recovery. Retrieved from: https://ab.uu.edu.ua/edu-specialty/21_dizain_za_vidami [in Ukrainian].

23. Tsziu Dutin. (2021). Professional competence as the main factor in the training of future specialists in graphic design. Professional Art Education. KhNPU imeni H. S. Skovorody, 2 (1). Retrieved from: https://arteducation.pro/index.php/artedu/article/view/10/24 [in Ukrainian].

24. Chyrchyk, S. V. (2017). On the issue of formation of the system of design education in Ukraine. Problemy ta perspektyvy rozvytku marketynhu, zviazkiv z hromadskistiu ta dyzainu v umovakh hlobalizatsii ta rozbudovy ukrainskoi derzhavy: Proceedings of the 6th All-Ukrainian Scientific and Practical Conference. Kyiv, 227–229 [in Ukrainian].

25. Shevchenko, A. I. (2017). Methods of teaching artistic design of future design specialists. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv. Retrieved from: https://npu.edu.ua/images/file/vidil_aspirant/avtoref/D_26.053.19/Shevchenko.pdf [in Ukrainian].

26. Yaochen Tszia. (2017). Modeling the process of developing the creative potential of future designers in professional training, 1, 123-126. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2017_1_28 [in Ukrainian].

27. Graphic design. (2021). Osvitno-profesiina prohrama pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity za spets. 022 Dyzain, haluzi znan 02 Kultura i mystetstvo [proiekt]. NAKKKiM. Kyiv. Retrieved from: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/Instytut_dyzaynu/hrafich_dyz/OPP_022_HD_bakalavr_proekt.pdf [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 12.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 23.11.2022

УДК 74.012:655.3.066.11(=161.2)
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270558

Цитування:
Олійник В. А. Регіональний фокус формування українського книжкового дизайну. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 110–116.

Oliinyk V. (2022). Regional Focus of Ukrainian Book Design Formation. Kultura i suchasnist : almanakh, 2, 110–116 [in Ukrainian].

Олійник Вікторія Анатоліївна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри графічного дизайну
Київського національного
університету культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-3455-6942
viktoriya0308@ukr.net

РЕГІОНАЛЬНИЙ ФОКУС ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО КНИЖКОВОГО ДИЗАЙНУ

Метою статті є вивчення специфічних регіональних ознак в українському книжковому дизайні та визначення ступеня їхнього взаємовпливу. **Методологія дослідження** ґрунтується на мистецтвознавчому аналізі в контексті історико-хронологічного, іконографічного, індуктивного, дедуктивного та порівняльного методів. **Наукова новизна** представлена тезами щодо відмінностей умовно визначених київської, львівської, харківської та одеської графічних шкіл, які мали вплив на розвиток місцевого книжкового дизайну, а відтак – і на формування художнього образу сучасної української книги. **Висновки** зумовлені показовими явищами й тенденціями в регіональному графічному мистецтві, котрі спричинили відповідні процеси у формуванні образу книговидавничих галузей Київщини, Львівщини, Харківщини та Одещини. Зокрема, київська школа графічного дизайну в загальноукраїнському культурно-мистецькому контексті вирізняється сміливим прагненням до освоєння новітніх технологій, активним споживанням досвіду фахівців інших колаборацій, високою жанровою еластичністю, схильністю до мультиваріативних інтерпретацій традиційних форм, що відповідно відобразилося на місцевому книжковому дизайні. Натомість львівська художня книга – явище яскраве та неоднорідне з погляду дизайну через неритмічність власного розвитку – сьогодні є оригінальним продуктом, сформованим після тривалого пошуку індивідуального образу на тлі тяжіння до європейських тенденцій, що проявилося багатоманітністю творчих методів та авторських підходів у його дизайні. Художнє оформлення харківської книги порівняно більш стримане та конструктивне, що зумовлено домінуванням інфографічного підходу в оформленні різножанрових видань та продукуванням класичної традиції української книжкової справи. Крім того, високої оцінки заслуговує поліграфічне виконання книг цього регіону. Одеська ж графічна школа, котра від середини XX століття мала міцне підґрунтя реалізму з присмаком соц-арту, характеризується взаємопроникненням різних регіональних рис книжкового дизайну внаслідок активної міграції художників книги між видавництвами та полінаціональності творчого осередку.

Ключові слова: дизайн книги, книжкова графіка, київська графічна школа, львівська графічна школа, харківська графічна школа, одеська графічна школа, мистецтво книги, регіональні ознаки.

Oliinyk Viktoriia, *PhD in Art Studies, Associate Professor, Department of Graphic Design, Kyiv National University of Culture and Art*

Regional Focus of Ukrainian Book Design Formation

The purposeof the article is to study specific regional features in Ukrainian book design and determine the degree of their mutual influence. **The research methodology** is based on art analysis in the context of historical-chronological, iconographic, inductive, deductive, and comparative methods. **The scientific novelty** is represented by theses on the differences of conventionally defined Kyiv, Lviv, Kharkiv and Odesa graphic schools, which had an impact on the development of local book design, and, consequently, on the formation of the artistic image of the modern Ukrainian book. **The conclusions** are conditioned by significant phenomena and trends in regional graphic art, which caused the corresponding processes in the formation of the image of the book publishing industries of Kyiv region, Lviv region, Kharkiv region, and Odesa region. In particular, the Kyiv school of graphic design in the all-Ukrainian cultural and artistic context is distinguished by a bold desire to master the latest technologies, active consumption of the experience of specialists from other collaborations, high genre elasticity, and a tendency to multivariate interpretations of traditional forms, which was accordingly reflected in local book design. On the other hand, the Lviv art book, which is a bright and heterogeneous phenomenon from the point of view of design due to the irregularity of its own development, today is an original product, formed after a long search for an individual image against the background of gravitation to European trends, which was manifested by the diversity of creative methods and author's approaches in its design. The artistic design of the Kharkiv book looks relatively more restrained and constructive, due to the dominance of the infographic approach in the design of multi-genre publications and the production of the classical tradition of Ukrainian bookmaking. In addition, the printing of books from this region deserves high praise. The Odesa graphic school, which from the middle of the 20th century had a solid foundation of realism with a flavour of social art, is characterised by the interpenetration of various regional features of book design due to the active migration of book artists between publishing houses and the multinationality of the creative center.

Key words: book design, book graphics, Kyiv graphic school, Lviv graphic school, Kharkiv graphic school, Odesa graphic school, book art, regional features.

© Олійник В. А., 2021

Актуальність теми дослідження. Пошук оригінальних регіональних художніх рис серед української книжкової продукції зумовлений передусім наявними відмінностями відповідного книжкового дизайну, що формувалися переважно упродовж XX століття. Адже дизайн книги, подібно до інших різновидів дизайн-діяльності (реклама, промислове проєктування тощо), котрі контрастують між собою залежно від географії авторського творчого осередку, презентуючи особливості місцевого колориту, генерує специфічні прояви регіональних традицій. Тому аналіз чинників і траєкторій формування останніх дає можливість визначити витоки сучасного іміджу української книги, розкривши його багатогранність та обґрунтувавши національну унікальність. Безумовно, справедливим буде зауважити, що зазначений вище вплив локальних артпроцесів на розвиток книжкового дизайну відбувався нерівномірно та непослідовно – залежно від територіально-історичних особливостей місцевості, освіченості й етносоціального складу населення, можливостей мистецько-культурного взаємообміну тощо. Проте не можна заперечувати факт присутності регіональних образотворчого і формотворчого начал в іміджі сучасної української книги.

Аналіз досліджень і публікацій. Зазначена проблема, маючи досить широке розпорошене висвітлення в науково-інформаційних публікаціях, не представлена, втім, науковими джерелами як конкретизований дослідницький напрям. Так, значна група теоретиків презентувала на сторінках власних наукових розвідок низку творчих біографій митців, котрі безпосередньо стосуються теми нашої статті (роботи Г. Заварової, О. Ламонової, Н. Белічко, О. Руденка, О. Спасскової та ін.); певні наукові праці присвячені деяким аспектам українського дизайну книги (автори – Б. Валуєнко, В. Лазурський, С. Гавенко, М. Токарєва, М. Єфімова, О. Мельник та ін.), мистецтву української графіки загалом (О. Авраменко, О. Лагутенко, Р. Яців, Г. Скляренко, О. Тарасенко, Л. Савицька та ін.), окремим дотичним мистецьким явищам (П. Нестеренко, Г. Вишеславський, О. Яремчук, В. Криштопайтіс, О. Каракоз, В. Зайцева та ін.). Весь цей шар аналітично-описового матеріалу є підґрунтям для нашого дослідження, але, безумовно, потребує прискіпливого фільтрування щодо предмету вивчення, а також систематизації, осмислення і заповнення фактологічно-тенденційних прогалин.

Особливо значущими в процесі розробки теми стали публікації Я. Ісаєвича [3], О. Лагутенко [5], а також О. Ламонової, яка досліджувала діяльність київських графіків і так сформулювала свою оцінку: «Заслуга молодих київських митців полягала не тільки в реформуванні графічної мови, а й у зверненні до книги та спробі відчути її як цілісний організм – щоправда, головним чином через розуміння графічної природи книжкових ілюстрацій» [6, 87].

Крім того, важливо відзначити наукову думку львівських мистецтвознавців, котра переважно транслює тезу щодо унікальності та самодостатності мистецтва книги, яке має право на самостійне існування серед усіх образотворчих мистецтв; адже книга як тривимірний об'єкт у просторі претендує на значно глибший аналіз за всіма своїми ознаками. Наприклад, О. Руденко пише: «Книга мала б бути окремою галуззю мистецтва, де б її естетична, практично-теоретична, термінологічна складові набули всестороннього розвитку. Вона об'єднує під одним крилом образотворче та прикладне мистецтво й ставить вищу мету – інтелектуальну, духовну, а не тільки споживацьку чи рекламну» [10, 104]. У процесі дослідження використані й інші інформаційні джерела, що допомогли реконструювати етапи розвитку дизайну книги в Україні [2; 8; 9; 12].

Мета статті передбачає вивчення специфічних регіональних ознак в українському книжковому дизайні та визначення ступеня їхнього взаємовпливу.

Виклад основного матеріалу. Книжкова справа в Україні розвивалася з певними регіональними особливостями в межах умовно окреслених графічних шкіл, серед яких традиційно виділяємо чотири наймасштабніших: київську, харківську, львівську й одеську. Кожна з них мала своє мистецьке та проєктувальне «обличчя», а також власну індивідуальну траєкторію розвитку, визначену численними історико-культурними та соціально-політичними чинниками. При цьому Київ, Львів, Харків та Одеса, що стали культурно-мистецькими домінантами в загальноукраїнському мистецькому процесі, не лише відображали хід, а й задавали темп розвитку багатьох мистецьких галузей.

Умовне поняття творчої школи передбачає, окрім визначення характерних художніх рис та методів, персональний розбір творчого доробку відповідних митців, формуючи в такий спосіб своєрідну мистецьку інституцію. Зокрема, корифеями художнього

оформлення київських книжкових видань справедливо вважаємо І. Їжакевича, В. Касіяна, М. Дерегуса, А. Базилевича, Г. Гавриленка, Г. Якутовича. Так, І. Їжакевич, В. Касіян і М. Дерегус заклали підвалини нової повоєнної художньої школи ілюстраторів та оформлювачів книги. Від кінця 1950-х років на сторінках київських книжкових видань намагалися впровадити тенденції українізації та коренізації, заборонені радянською владою після 1926 року, Г. Гавриленко і Г. Якутович. А впізнаваний графічний стиль А. Базилевича, що, окрім белетристичних видань, закарбований також на ілюстрованих сторінках шкільних підручників, на довгі роки став невід'ємною частиною загальноосвітнього навчального процесу.

Від кінця 1960-х років у київській школі книжкового дизайну осібне місце посідає Борис Валуєнко – художник-графік, ілюстратор, мистецтвознавець, який власною багаторічною науково-педагогічною працею підготував ґрунт для численних подальших наукових досліджень у галузі дизайну книги. Так, завдяки вивченню Б. Валуєнком загальної архітектури книги та її компонентів (шрифту, верстки, композиції тощо), розгляд поняття книжкового дизайну набув комплексного підходу та об'єктивних аналітичних характеристик.

Загалом протягом другої половини XX століття високий рівень графічної майстерності на сторінках київських книг успішно підтримували родина Якутовичів, В. Лопата, Н. Лопухова, О. Данченко, М. Стороженко, В. Юрчишин, В. Перевальський, В. Чебаник, К. Штанко, Г. Галинська, В. Гордійчук. Сьогодні до цього переліку провідних представників книжкового графічного мистецтва Київщини впевнено додалися В. Єрко, К. Лавро, О. Петренко-Заневський, В. Штанко, С. Букало, Є. Гапчинська.

Загалом якщо ретроспективно оцінити творчий доробок митців київської графічної школи в контексті розвитку дизайну книги України, то вже з другої половини XX століття і до сьогодні можна відзначити появу абсолютно нових тенденцій у цій галузі: наближення графіки до станкового живопису, пріоритетність ліній та плям як засобів художньої виразності, захоплення «рукотворними» техніками. Тобто, як зазначала мистецтвознавиця О. Ламонова, у 1950–1970-ті роки в Україні спостерігалося явище автономізації книжкової ілюстрації та її переосмислення як самостійного художнього твору, здатного існувати й захоплювати уяву глядача, незалежно від контексту [6]. Зокрема, 60-ті роки минулого століття характеризуються емоційним лаконізмом і плакатною чіткістю книжкової графіки, що демонструє візуальні особливості періоду. Крім того, у цей самий час спостерігаємо все більшу виразність ілюстрації та її певну графічну співзвучність з українським кінематографом. Паралельно, у 1960–1980-ті роки, столичні художники книги часто зверталися до неофольклорних візій, пов'язаних значною мірою з традиціями західних областей України й, отже, тематично й сюжетно апелювали до традицій львівської графічної школи. При цьому у творчому київському осередку поступово міцніло зацікавлення книжковою графікою, оскільки саме книжковий простір надавав унікальні можливості для образотворчих експериментів.

Зокрема, маємо на увазі успішні спроби високопрофесійних майстрів трансформувати візуальний образ традиційної книги в щось винятково ексклюзивне, нове – за рахунок міксування образотворчих жанрів. А наразі в галузі книжкового дизайну Київщини спостерігаємо сміливий художньо-технічний синтез, що від початку XXI століття активно нарощує оберти. Так, деякі дитячі книжки, які проілюстрували Є. Гапчинська та В. Єрко, завдяки сучасним цифровим технологіям, набули інтерактивності та віртуальної художньої інтерпретації (зокрема «Аліса у країні див» та «Аліса в Задзеркаллі» Л. Керолла, «Снігова королева» Г. К. Андерсена). А творча команда клубу ілюстраторів Pictoric та авторський колектив у складі М. Прасолова, О. Чебикіна й О. Колова вдало започаткували український комікс відповідними проєктами у виставковому та комерційному варіантах.

Львівський осередок майстрів-книжників, маючи давню історію книговидання ще від часів Івана Федорова, завжди вигідно вирізнявся серед інших регіонів великим творчо-професійним потенціалом. За спостереженнями дослідників, вже на початку XX століття на території Галичини налічували понад 30 видавництв (до порівняння – на той самий час в іншій частині України працювало лише 17 видавництв), які поступово формували культуру виконання сучасної книги як цілісного організму в регіоні, апелюючи до стилістики модерну, ар деко й авангардизму [3].

Середина минулого століття порівняно стримано представлена зразками цього регіону в контексті книжкової справи України, але

наявним артефактам притаманний особливий стиль оформлення, що проявився насамперед в оригінальному художньому оздобленні й індивідуальних композиційних підходах до організації книжкового простору. Наступні десятиріччя пройшли під знаком тихої боротьби за візуальну ідентифікацію львівських книжкових видань на тлі радянської стандартизації та адміністративної унормованості. І вже з початком існування України як суверенної держави відбувся поступовий підйом львівського мистецтва книги на тлі тогочасних культурно-мистецьких процесів, спричинених економічними проблемами та соціополітичними реформами [1].

При цьому, як уже зазначено вище, львівські теоретики вважають недоречним говорити про дизайн, описуючи процес створення книжкового видання. На їхню думку, у книжковій справі дизайн займає лиш маленький відсоток, стосуючись тільки конструктивного аспекту. Все ж інше – від творчого задуму книги до його втілення у художньо-поліграфічному виконанні – є мистецтвом у чистому вигляді [10; 13].

Галицькій книзі довелося профільтрувати та синтезувати в собі чимало культурно-мистецьких віянь, спричинених різними факторами, серед яких – вплив польської культури книговидання, єврейських образотворчих традицій, міксування стилістик книжкового оформлення різних регіонів країни. Щодо останньої характеристики в Я. Ісаєвича зазначено таке: «Завдяки активній участі в книговиданні й журналістиці Галичини діячів культури з інших регіонів – Наддніпрянщини, Буковини, Закарпаття, друковані у Львові, Коломиї та інших галицьких містах книги й періодика ставали загальнонаціональними за своїм значенням, сприяючи перетворенню Галичини в "український П'ємонт"– осередок культурно-національних ініціатив для всієї України» [4, 403].

Художній образ львівської книги відповідного періоду з її виразним впізнаваним абрисом формують такі відомі митці, як Л. Левицький, С. Караффа-Корбут, І. Остафійчук, Ю. Чаришніков, В. Ковальчук, В. Сава, Я. Куць, О. Денисенко, Р. Яців, С. Іванов, В. Семенюк, Ф. Лукавий, Р. Романишин та А. Лесів, Мар'яна і Тарас Прохаськи та ін. До книготворчих процесів Галичини є дотичними й митці Франківщини (М. Фіголь, Г. Гриценко (Марченко) та ін.), у чиїй діяльності відбувся перехід від «суворого стилю» до творчого методу соцреалізму та неофольклорної течії [7]. Франківці додали до галицького книжкового дизайну мотиви місцевого різьбярства, традиції якого були надзвичайно потужними в регіоні. Із цього приводу відомий львівський дослідник Р. Яців зазначає, що в регіональній графіці 1960-х років провідну роль відігравали «фольклорно-декоративна» течія, ідейно-образна глибина і пластична культура, а також синтез східних і західних мистецьких традицій, який підняли на високий щабель ще М. Бойчук та О. Кульчицька [13, 48].

Від початку минулого століття, паралельно з іншими культурними центрами України, активно формувалися художні традиції всіх образотворчих жанрів й у Харкові, створювалася система книговидання та книгорозповсюдження. Проте, попри таку культурно-мистецьку авангардність, дизайн книги після експериментів у 1920-х рр. з книжковою обкладинкою В. Єрмилова протягом цілого століття так і не набув великої популярності серед харківських митців.

Найяскравішими фігурами у формуванні художнього образу харківської книги є такі відомі графіки, як В. Єрмилов, А. Петрицький, А. Страхов, Г. Бондаренко та його учень і послідовник В. Куліков, котрі залишили творчий слід не лише серед видань Харкова, а також Києва та Одеси [5]. Взагалі однією з регіональних ознак харківського книжкового дизайну є відсутність жодних претензій на певну художню індивідуальність з акцентом на промислово-виробничий аспект у межах концепцій функціоналізму, конструктивізму, авангардизму. Так, на противагу львівському мистецтву книги, про яке йшлося вище, пріоритетом книжкових видань Харкова найчастіше визначалося поліграфічне виконання, а художньо-проєктувальні прийоми сприймалися як виробнича необхідність, зумовлена насамперед жанровими особливостями книжкової продукції. Проте, безперечно, серед харківських видань можна знайти високохудожні зразки, варті мистецтвознавчого аналізу та уваги експертів.

Сучасна харківська графіка сформувалася на підґрунті авангардного досвіду українського мистецтва початку XX століття в поєднанні з постмодерністськими проявами 1990-х років. Серед відомих графіків-харків'ян варто назвати О. Кудінову, П. Макова, Н. Мироненко, О. Єсюніна. Та в галузі дизайну книги ці художники, за винятком останнього, себе не проявили. Хоча треба відзначити експериментальну роботу П. Макова в тандемі з письменником С. Жаданом під промовистою

назвою «Постійне місце проживання» (2020). Згадана робота є артбуком, зовсім нетрадиційною книгою без обкладинки про Харків, яку автори задумали та реалізували не як ілюстроване видання, а як особливий творчий проєкт, що зміг поєднати в одному артпросторі дві окремі мистецькі течії – графіку та поезію [8].

Оцінюючи експозиційний матеріал сучасних щорічних книжкових фестивалів та ярмарків, відзначимо харківську книгу як одну з найкраще виконаних поліграфічно, з урахуванням конструкції, ґатунку паперу та інших матеріалів, якості друку, рівня художнього оформлення. Загалом книжкові видання Харкова можна розподілити на дві основні категорії – на навчально-довідкову літературу та масову. Концентрація освітнього контенту у вигляді підручників, посібників, довідників тощо є показовою і зумовлена, насамперед, традиційною інтелектуальною орієнтованістю міста. Зараз дизайн та ілюстрування книжкової продукції в харківських видавництвах здійснюють В. Єременко, А. Печенізький, Л. Кириленко, О. Зеркалій, О. Маслов, Н. Величко, В. Котляр та ін.

Одеську школу графічного дизайну традиційно виділяють з-поміж інших творчих осередків завдяки впізнаваним рисам місцевої локальної культурно-мистецької специфіки. Адже візуальна культура південного одеського регіону позначена особливим місцевим колоритом, що проявився у творчості митців яскравими повноколірними композиціями, соковитими сонячними бліками та характерними художніми образами. Книжкова графіка цієї частини України не стала винятком, підтримавши заданий живописцями тон й адаптувавши зазначені вище творчі ідеї до завдань ілюстратора.

Так, на традиціях оформлення одеської книги відбилося позитивне, волелюбне творче бачення місцевих художників-графіків, виховане, з одного боку, на усталених традиціях класиків першої половини XX століття (діяльність книгарні Ю. Фесенка, школи М. Жука, Є. Буковецького), розробках В. Лазурського та нонконформістських мистецьких ідеях, а з іншого – у полінаціональному місцевому культурному різнобарв'ї з усіма супутніми ефектами [2]. Адже тут співіснують і взаємозбагачуються культури багатьох народів – більше ста етносів, а місто-порт відкрите й Заходу, і Сходу. Звісно ж, родзинкою художньої Одеси є її живописний пейзаж, що певним чином проявився й у книжковій графіці: в ілюстраціях одеситів так само домінують імпресіоністичні мотиви, романтичні настрої, життєствердні ідеї.

До формування художнього образу сучасної одеської книги свідомо чи опосередковано доклали зусилля такі видатні постаті, як Ю. Фесенко (друкар та видавець, засновник провідної одеської друкарні в 1883 р.), К. Костанді (відома авторська творча майстерня митця-педагога, де були виховані численні талановиті художники), Л. Пастернак (графік й оформлювач книжок, випускник Одеського рисувального училища), М. Жук – визначні майстри-графіки, котрі стали взірцем для наступних поколінь. До цієї плеяди варто віднести й Є. Буковецького, який зробив свій внесок, підготувавши когорту майстрів книжкової справи другої половини XX століття.

Аналізуючи книжкове мистецтво Одещини, не можемо оминути таке показове дотичне до нього явище, як ілюстрований гумористичний журнал «Крокодил», котрий від 1930-х років випускали й в українській версії. Іронічна та кмітлива вдача одеситів стала плідним підґрунтям для розвитку різноманітних гібридних мистецьких форм – іронічного плаката, карикатурних ілюстрацій і, нарешті, повноцінного періодичного видання, що об'єднало й презентувало на своїх сторінках цілий виразний графічний комплекс, унікальний у своєму візуально-семантичному відтворенні [9].

З-поміж плеяди непересічних художників-дизайнерів книги Одеси другої половини XX століття варто назвати карикатуриста та плакатиста П. Пархета, книжкового графіка й ілюстратора В. Єфименка, а також автора 884 екслібрисів Д. Беккера [11]. Окрім зазначених, до цього переліку слід додати народного художника України М. Прокопенка, майстра екслібрису та ілюстрації Г. Гармидера, заслуженого художника України Г. Палатнікова, художників-графіків Г. Верещагіна та С. Юхимова. Серед більш молодих майстрів книги Одещини можна виділити К. Білетіну й О. Драгана, котрі у своїй діяльності розвивають прогресивні напрями сучасних книжкових інтерпретацій – цифрову ілюстрацію, кінематографічні підходи до композиційного вирішення, візуальний сторітелінг.

Регіональний вектор розвитку одеської книжкової графіки визначається, зокрема, популярністю серед місцевого населення

конкретних літературних жанрів (переважно лірична поезія та романтична проза), його схильністю до театральності та природної емоційності. Художньо-образні трансформації, що відбулися в просторі книги Одещини за понад сторічний період, – від етноорієнтованих видань Ю. Фесенка до сучасних, здебільшого нейтрально-забарвлених у національному аспекті, – демонструють прагнення місцевих митців знайти ефективний творчий підхід до оформлення книги задля його універсалізації. Саме тому одеська ілюстрація загалом вирізняється з-поміж інших власною живописністю, легкістю колориту та перевагою реалістичних образів. На сторінках книг художники, насамперед, воліють відтворювати світ придатний і привабливий для існування, у результаті чого отримуємо життєствердні ілюстративні серії, що заспокоюють і піднімають настрій.

Крім того, упродовж 2010-х – на початку 2020-х років в Одесі спостерігається прогрес у напрямі освоєння інтерактивних технологій завдяки бренду Gutenbergz, що позиціонує себе на ринку поліграфії, а також гейм- і медіадизайну як цифрове видавництво [12]. Цілком закономірно, що це відбувається в місті, яке ще наприкінці минулого століття стало одним із центрів розвитку медіа-арту в Україні.

Тож наукова новизна представленого дослідження сформульована тезами щодо відмінностей умовно визначених київської, львівської, харківської та одеської графічних шкіл, які мали вплив на розвиток місцевого книжкового дизайну, відповідно, і на формування художнього образу сучасної української книги.

Висновки. Варто зазначити, що:

- київська школа графічного дизайну в загальноукраїнському культурно-мистецькому контексті вирізняється сміливим прагненням до освоєння новітніх технологій, активним споживанням досвіду фахівців інших колаборацій, високою жанровою еластичністю, схильністю до мультиваріативних інтерпретацій традиційних форм, що відповідно відобразилося на місцевому книжковому дизайні;

- львівська художня книга сьогодні є оригінальним продуктом, сформованим після тривалого пошуку індивідуального образу на тлі тяжіння до європейських тенденцій, що проявилося багатоманітністю творчих методів та авторських підходів у його дизайні;

- художнє оформлення харківської книги є більш стриманим та конструктивним у зв'язку з домінування інфографічного підходу в оформленні різножанрових видань та продукуванні класичної традиції української книжкової справи, а також високополіграфічним;

- одеська графічна школа характеризується взаємопроникненням різних регіональних рис книжкового дизайну внаслідок активної міграції художників книги між видавництвами та полінаціональності творчого осередку.

Література

1. Борисенко О. М. Становлення і розвиток комунікативного дизайну в Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть : дис. ... канд. мист. зі спец. 17.00.07 : Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2019. 329 с.
2. Вельможко В. Видавець з Чернігівщини Юхим Фесенко друкував в Одесі українські книги і гроші. URL: http://zemlyaivolya.net/news/drukuvav_knigi_groshi_unr.html (дата звернення: 17.09.2022 р.)
3. Ісаєвич Я. Д. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми. Львів: Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2002. 520 с.
4. Західно-Українська Народна Республіка: втілення державницьких традицій.*Україна: культурна спадщина, національна свідомість, державність*: Зб. наук. пр. Львів: Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2009. Вип. 18. 720 с.
5. Лагутенко О. А. Graphein графіки: нариси з історії української графіки XX ст. Київ : Грані-Т, 2007. 167 с.
6. Ламонова О. В. Київська книжкова графіка кінця 50-х – початку 70-х років XX століття. Тенденції розвитку, стилістика, майстри : дис... канд. мистецтвознавства: 17.00.05 : Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т.Рильського НАН України. Київ, 2006. 358с.
7. Максимлюк І. В. Мистецтво графіки Івано-Франківщини XX – початку XXI століть: культурологічний аспект : дис. ... канд. мистецтвознавства:26.00.01 : Державний вищий навчальний заклад «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Івано-Франківськ, 2019. 391 с.
8. Носко К. «Постійне місце проживання»: як створювався новий арт-бук Сергія Жадана та Павла Макова. URL: https://suspilne.media/89900-postijne-misce-prozivanna-ak-stvoruvavsa-novij-artbuk-sergia-zadana-ta-pavla-makova/ (дата звернення: 10.09.2022).
9. Перлина у книжковому намисті: Одеському журналу «Крокодил» – 110! 2021. URL: https://odnb.odessa.ua/view_post.php?id=3183 (дата звернення: 17.09.2022).
10. Руденко О. Львівська школа графіки як визначне явище в українському мистецтві.

Українська академія мистецтва: дослід. та наук.-метод. праці / Нац. акад. образотв. мистец. і архіт. Київ, 2016. Вип. 25. С. 23–33.

11. Спасскова О. П. Творчість Віктора Єфименка в контексті розвитку української графіки (остання третина XX ст.). *Art and Design*. 2019. №2. С. 147–148.

12. Хмельовська О. Інтерв'ю з Володимиром Усиком «Видавництво Gutenbergz: Шерлок найстрахітливіший і світ винаходів». 31.03.2014 р. URL: https://archive.chytomo.com/interview/vidavnictvo-gutenbergz-najstraxitlivishij-sherlok-xolms-j-svit-vinaxodiv (дата звернення: 19.09.2022 р.).

13. Яців Р. М. Львівська графіка. 1945–1990. Традиції та новаторство. Київ, Наукова думка, 1992. 120 с.

References

1. Borisenko, O. M. (2019) Formation and development of communicative design in Galicia in the second half of the 19th - the first third of the 20th centuries: dis. ... kand. mist. zi spec. 17.00.07: Nacional'nij universitet «L'vivs'ka politekhnika». L'viv. [in Ukrainian].

2. Vel'mozhko, V. Yukhym Fesenko, a publisher from Chernihiv region, printed Ukrainian books and money in Odessa. Retrieved from: http://zemlyaivolya.net/news/drukuvav_knigi_groshi_unr.html [in Ukrainian].

3. Isayevich, Ya. D. (2002) Ukrainian book publishing: origins, development, problems. L'viv: Institut ukrayinoznavstva im. I. Krip'yakevicha NAN Ukrayini [in Ukrainian].

4. Western Ukrainian People's Republic: embodiment of state traditions. (2009). Ukrayina: kul`turna spadshhy`na, nacional`na svidomist`, derzhavnist`: Zb. nauk. pr. L`viv: Insty`tutukrayinoznavstvaim. I. Kry`p'yakevy`chaNANUkrayiny`, 18 [inUkrainian].

5. Lagutenko, O. A. (2007)Graphein graphics: essays on the history of Ukrainian graphics of the 20th century. Ky`yiv : Grani-T [in Ukrainian].

6. Lamonova, O. V. (2006) Kyiv book graphics of the late 50s - early 70s of the 20th century. Development trends, stylistics, masters: dy`s... kand. my`stecztvoznavstva: 17.00.05 : Insty`tut my`stecztvoznavstva, fol`klory`sty`ky` ta etnologiyi im. M.T.Ry`l`s`kogo NAN Ukrayiny`. Ky`yiv. [in Ukrainian].

7. Maksy`mlyuk, I. V. (2019) Graphic art of Ivano-Frankivsk region of the 20th - early 21st centuries: cultural aspect : dy`s. ... kand. my`stecztvoznavstva: 26.00.01 : Derzhavny`j vy`shhy`j navchal`ny`j zaklad «Pry`karpats`ky`j nacional`ny`j universy`tet imeni Vasy`lya Stefany`ka». Ivano-Frankivs`k [in Ukrainian].

8. Nosko, K. «Permanent place of residence»: how the new art book of Serhiy Zhadan and Pavel Makov was created. Retrieved from: https://suspilne.media/89900-postijne-misce-prozivanna-ak-stvoruvavsa-novij-artbuk-sergia-zadana-ta-pavla-makova/ [in Ukrainian].

9. A pearl in a book necklace: Odesa magazine «Crocodile» – 110! 2021. Retrieved from: https://odnb.odessa.ua/view_post.php?id=3183 [in Ukrainian].

10. Rudenko, O. (2016) The Lviv School of Graphics as a significant phenomenon in Ukrainian art. Ukrayins`ka akademiya my`stecztva: doslid. ta nauk.-metod. praci : Nacz. akad. obrazotv. my`stecz. i arhit., 25 [in Ukrainian].

11. Spasskova, O. P. (2019) Viktor Yefimenko's work in the context of the development of Ukrainian graphics (the last third of the 20th century)// Art and Design, №2. [in Ukrainian].

12. Khmel`ovs`ka, O. (2014) Interview with Volodymyr Usyk «Gutenbergz Publishing House: Sherlock the most fearsome and the world of inventions». 31.03.2014. Retrieved from: https://archive.chytomo.com/interview/vidavnictvo-gutenbergz-najstraxitlivishij-sherlok-xolms-j-svit-vinaxodiv [in Ukrainian].

13. Yaciv, R. M. (1992) Lviv graphics. 1945–1990. Traditions and innovation. Kyyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 27.09.2022
Отримано після доопрацювання 01.11.2022
Прийнято до друку 08.11.2022

УДК 659.1:7.017.4:004.92
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270563

Цитування:
Подлевський С. В., Гула Є. П., Осадча А. М. Застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 117–122.

Podlevskyi S., Hula Ye., Osadcha A. (2022). Computer Technologies Application in Solving Visual Objects in Advertising. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 117–122 [in Ukrainian].

Подлевський Святослав Володимирович,
кандидат історичних наук, доцент
Київського національного університету
технології та дизайну
https://orcid.org/0000-0002-4608-7346
abovo8@gmail.com

Гула Євген Петрович,
заслужений працівник освіти, завідувач кафедри
графічного дизайну, професор Київського національного
університету технологій та дизайну
https://orcid.org/0000-0002-3559-2179
evgenush.gula@gmail.com

Осадча Алла Миколаївна,
старша викладачка кафедри графічного дизайну
Київського національного
університету технологій та дизайну
https://orcid.org/0000-0001-5153-8028
knutd@knutd.edu.ua

ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИРІШЕННІ ВІЗУАЛЬНИХ ОБ'ЄКТІВ У РЕКЛАМІ

Мета роботи – виявити особливості застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні низки підходів: аналітичного – для осмислення літератури за темою статті; міждисциплінарного – задля всебічного вивчення фактологічного матеріалу та при отриманні нових знань; системного з використання цілого спектру методів (біографічного, семіотичного, культурологічного, герменевтичного, історичного, теоретичного узагальнення) – з метою комплексно осягнути заявлену мету дослідження. **Наукова новизна:** уперше системно проаналізовано взаємну пов'язаність застосування комп'ютерних технологій та візуалізації реклами. **Висновки**. Доведено твердження: функціональна роль мовних засобів впливу в рекламних текстах зумовлена комунікативною та апелятивною функціями мови, які є базовими для рекламного тексту. Виявлено, що поєднання фото-, аудіо- та відеоматеріалів в одному рекламному мультимедійному контенті здійснюється в межах конвергентної рекламної сфери. Встановлено, що існує тенденція до зближення реального й віртуального середовищ, при цьому змінюється сам принцип взаємодії, який усе більше ґрунтується на матеріалізації візуальних образів, за допомогою яких користувач управляє віртуальним середовищем, величезного значення набуває розробка людино-комп'ютерних інтерфейсів. Інтенсивніше розвиваються технології, засновані на 3D-стереовізуалізації. Редакційно-видавнича підготовка рекламних матеріалів і видань містить у собі весь процес підготовки рекламного повідомлення, починаючи з визначення цілей та завдань і закінчуючи виготовленням матеріального носія, призначеного для поширення. Зміст цього процесу: технологічні етапи, склад виконавців, юридичні й економічні взаємини замовника та виконавця – залежить від виду рекламного матеріалу й каналу його поширення (газета, листівка, буклет тощо).

Ключові слова: дизайн, дизайнер, реклама, комп'ютерні технології, візуальні об'єкти, художньо-декоративні засоби, проєктування, візуально-пластична мова.

***Podlevskyi Sviatoslav**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Kyiv National University of Technologies and Design; **Hula Yevhen**, Honored Worker of Education, Head of the Department of Graphic Design, Professor, Kyiv National University of Technologies and Design; **Osadcha Alla**, Senior Lecturer, Department of Graphic Design, Kyiv National University of Technologies and Design*

Computer Technologies Application in Solving Visual Objects in Advertising

The purpose of the work is to reveal the peculiarities of computer technologies application in solving visual objects in advertising. **The research methodology** consists in the application of a number of approaches: analytical to understand the literature on the topic of the article; interdisciplinary – to comprehensively study factual material and acquire new knowledge; systematic with the use of a whole range of methods (biographical, semiotic, cultural, hermeneutic, historical, and theoretical generalisation) – to comprehend the stated purpose of the research. **Scientific novelty**. For the first time, the interrelationship between the use of computer technologies and the visualisation of advertising is systematically studied. **Conclusions**. The publication proves the statement: the functional role of linguistic means of influence in advertising texts is determined by the communicative and appellative functions of language, which are basic to the advertising text. It was revealed that the combination

© Подлевський С. В., 2022
© Гула Є. П., 2022
© Осадча А. М., 2022

of photo, audio, and video materials in one advertising multimedia content is carried out within the framework of convergent advertising. It has been established that there is a tendency for real and virtual environments to converge, while the very principle of interaction is changing, which is increasingly based on the materialisation of visual images with the help of which the user controls the virtual environment, the development of human-computer interfaces acquires great importance. Technologies based on 3D-stereovisualisation are gaining more and more development. Editorial and publishing preparation of advertising materials and publications includes the entire process of preparing an advertising message, starting with the definition of goals and objectives and ending with the production of a material medium intended for distribution. The content of this process: technological stages, composition of performers, legal and economic relations between the customer and the performer depend on the type of advertising material and the channel of its distribution (newspaper, postcard, booklet, and others).

Key words: design, designer, advertising, computer technologies, visual objects, art and decorative means, design, visual and plastic language.

Актуальність теми дослідження. Дослідження застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі являє собою актуальне питання для наукового вивчення – як у теоретичній, так і в практичній площинах. Останнім часом у світі реклами наявна тенденція відходу від традиційних форм та методів і практично відсутня динаміка у сфері розробки нової методичної бази. Натомість відбувається процес змішування та поєднання із «сусідніми» візуальними дисциплінами: з одного боку, це відео, з іншого – графічний дизайн. Варто зазначити, що про такі зміни свідчать не лише теоретики реклами, а й більш ніж вагомі й істотні зміни в завданнях провідних рекламних кампаній [5].

Говорячи про зв'язок цієї проблеми з важливими завданнями низки наукових дисциплін, вкажемо, що застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі перебуває на стику маркетингу, мистецтвознавства й наук про дизайн – історії, теорії, геометрії графічного дизайну, а також теорії кольору тощо.

Мета статті – виявити особливості застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі.

Аналіз досліджень і публікацій. Українська наукова школа вивчення різних технологій у рекламі презентована працями таких авторів, як О. Арешенкова [1, 2], К. Луценко [11], О. Мельникович, А. Крепак [13], В. Петрик [19], В. Різун, Н. Непийвода, В. Корнєєв [16] та ін. Водночас значно менше розвідок присвячено візуальним об'єктам у рекламі.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до одного з найбільш поширених визначень, реклама – це «спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку». Відповідно до законодавства України «реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару» [9].

Візуалізація (від лат. visualis, «зоровий») – загальна назва прийомів представлення числової інформації або фізичного явища у вигляді, зручному для зорового спостереження та аналізу [17, 50]. У контексті нашого дослідження поняття динамічної візуалізації насамперед стосується рекламної діяльності, зокрема із застосуванням комп'ютерних технологій.

Слід наголосити на тому, що пов'язаний із динамічною візуалізацією термін «мультимедіа» досі не має точного і єдиного визначення. В 1965 році він був використаний для опису Exploding Plastic Inevitable – шоу, що поєднало в собі живу рок-музику, кіно, експериментальні світлові ефекти й нетрадиційне мистецтво.

Якщо взяти до уваги стан розвитку цієї галузі (а він є «зародковим» у найкращому випадку), поки немає сталої думки щодо попередника мультимедіа; проте панівною є думка, що мультимедіа походить від фотографії, оскільки розвивається воно саме як все більше ускладнення звичайних слайд-шоу під музику, а не як включення фотографій, текстів і графіки у відеорепортажі. Пояснити це можна тим, що у відеорепортажі від самого початку були й зображення, і монтаж, і звуковий супровід.

Візуальна сфера в рекламі – методика «комбінування слів і зображень», яка дає змогу донести до споживача ЗМІ інформацію в повному обсязі; ця стилістика має на увазі використання кодів і символів, пізнаваних споживачами в рекламі незалежно від їх культурного й / або соціального контексту.

Складові візуального методу у сфері реклами:

- єдність вербального й візуального ряду;
- акцентування на заголовку;
- добір відповідного шрифту;
- відмінність документального фото від постановчого.

На теперішній час якщо рекламні фірми приходять до мультимедіа як до вимушеного кроку у зв'язку з новими викликами сучасності та вибагливої аудиторії, то є ціла низка рекламних

агенцій, які самі обирають теми для своїх штатних працівників, створюють фотоісторії та, як наслідок, мають більше ресурсів для експериментів.

Не в останню чергу рекламна сфера прийшла до мультимедіа через вічні пошуки нового митцями, у нашому випадку йдеться про пошуки форм подачі рекламного матеріалу. Розвиток комп'ютерних технологій дав змогу робити «коктейлі» із фото, відео, звуку й тексту, причому всі ці складові можуть бути не тільки документальними, але, що надзвичайно важливо, і спеціально записаними в студії. У фотографії як частині мультимедіа є можливість рухати рамку кадру, акцентувати увагу глядача на тому, що варто вважати найважливішим; можна робити наближення або показувати деталі, вибирати тривалість перегляду. Це, по суті, не тільки новий ринок (комерційний аспект), а й новий вид творчості (аспект амбіцій та жаги самовираження, властивий кожному митцеві) на стику світлини та відео.

Застосування комп'ютерних графічних редакторів є вагомим чинником у світі реклами, які, як передбачено, повинні максимально об'єктивно відображати реальність. У мультимедіа ж часто можна побачити різні ефекти, які впливають на сприйняття фотографій. Що важливо, суб'єктивно впливають. Це неоднозначний момент – межа втручання та суб'єктивізму. Чи є наближення (збільшення) об'єкта або нашарування кадрів реалістичними? Такі прийоми, як вказане вище зумування або нашарування кадрів (так званий оверлей), характерні для кінематографу, але не для людського зору. Такі кадри сильніше притягують увагу, втягують у те, що відбувається та як відбувається, і наближають спектр вражень до такого, який залишається після перегляду кіно. Часто самі по собі знімки з таких мультимедіа цілком органічний мали би вигляд на шпальтах рекламного видання, хоча й нагадують кадри з фільму. До того ж, часто подібні творіння супроводжують популярною музикою, що ще більше додає схожості з фільмом. Але цікаво, що в поєднанні зі знімками, які набагато більше нагадують рекламну фотографію, ніж кіно, і, крім того, завдяки популярній чорно-білій стилістиці, виникає відчуття автентичності [18].

Стилістика мультимедіа часто бере свій початок із гонзо-журналістики, копіюючи манери зйомки та подачі, але не суть цієї течії. В таких мультимедіа є знімки, які мають вигляд звичайної аматорської зйомки. Здається, що це самі герої зробили знімок. Втім є і фотографії, зроблені професійно. Як наслідок, відверто аматорські кадри немов підкреслюють реалістичність, тоді як фотографії «чистого стилю» додають мультимедіа художню цінність в очах глядачів. Ще не можна сказати, що це є тенденцією, але потенційно може нею стати в перспективі.

Класичний фоторепортаж у рекламній сфері складається із 10–12 зображень, для друкованого рекламного фоторепортажу у великому виданні можуть бути відібрані шість знімків. Але для мультимедіа, нехай навіть на кілька хвилин, необхідно набагато більше (тільки якщо велика частина не буде становити відео, звичайно). З декількох десятків фотографій далеко не всі (якщо не більша частина) могли б увійти у фінальний рекламний репортаж.

На сьогодні робота з відеомонтажем, з кольором, комп'ютерна обробка фотографій, анімація, інфографіка, робота зі звуком, сягнули надзвичайних висот. Усі ці художньо-образотворчі засоби вільно інтегруються в медіа. Рівень технологій створення рекламного продукту дає змогу реалізувати будь-яку творчу ідеї. Фахівці визначають мультимедіа як «інтеграцію двох або більш комунікаційних засобів і каналів з комп'ютером» [20, 45]. Тепер під словом «мультимедіа» розуміють передачу інформації одночасно декількома комунікаційними каналами: аудіо-, відео-, фото-, віртуальними комунікаціями. Тому мультимедіа можна легко представити як єдину інформаційну систему, в основі якої оперують будь-які типи реклами, чиї інформаційні продукти частково «зливаються» один з одним.

Завдяки впливу комп'ютерних технологій багато традиційних жанрів реклами стали мультимедійними. У результаті з'явилися нові «гібридні жанри» в інтернет-рекламі. Вплив інтернету на традиційний рекламний текст передусім призвів до виникнення саме такого гібридного жанру, як мультимедійна історія. Інформаційний атом – це найменша одиниця інформації. Вона може бути виражена у вигляді тексту, фотографії або рисунка, аудіо- чи відеоматеріалу. При комбінації атомів утворюється інфомолекула. Мультимедійна історія або стаття – це інформаційний жанр онлайн-реклами, що поєднує в собі елементи медіаконвергенції, що має властивість інтерактивності, котра складається з інформаційних одиниць різних жанрів. Феномен мультимедійної історії передбачає, що новинна інформація складається з елементів різних мов: візуальних, текстових, графічних, аудіовізуальних. Якщо радіо дає змогу довідатися, що відбулося, телебачення дає можливість побачити, як це відбувалося, а газета наступного дня дозволяє довідатися, чому це відбулося, то завдяки впливу інтернету відповіді на всі ці питання містяться в одному рекламному тексті. У підсумку ми

одержуємо зовсім новий продукт, що має унікальні властивості, технологію виробництва, особливості сприйняття.

Мультимедійний сюжет у рекламі може містити в собі: текст із гіперпосиланнями, відео, фото, слайд-шоу, аудіо, інфографіку, карикатуру, інтерактивні форми (голосування, коментарі, рейтинги) тощо [17, 77].

У зв'язку з постійно зростаючою доступністю засобів мультимедіа відкривається можливість організації міжкультурного діалогу на основі обміну рекламною інформацією для широких верств населення. Сучасні онлайнові й офлайнові технології забезпечують обмін будь-якою інформацією – вербальною, візуальною, а при вдосконаленні вже наявних технологій можливо задіяти нюх, дотик, тактильні й навіть смакові рецептори. Крім того, існує тенденція до зближення реального й віртуального середовища, при цьому змінюється сам принцип взаємодії, який усе більше ґрунтується на матеріалізації візуальних образів, за допомогою яких користувач управляє віртуальним середовищем; величезного значення набуває розробка людино-комп'ютерних інтерфейсів. Усе це загалом дає змогу створювати найрізноманітніші тренажери, симулятори, інтерактивні навчальні віртуальні простори. Усе більшого розвитку набувають технології, засновані на 3D-стереовізуалізації (3D-стереомонітори й 3D-дисплеї). Ці технології ефективно використовують з різною метою, зокрема й у ЗМІ. Прослідковується яскрава й стійка тенденція до розвитку Augmented Reality-технологій (накладеної, привнесеної віртуальної реальності), за допомогою якої стає можливим вносити в реальність віртуальні елементи.

Однією з основних відмінних рис сучасних мультимедійних технологій є інтерактивна взаємодія з користувачем, глядачем. У зв'язку з тим, що можливості HTML уже не задовольняють потреби користувачів, усе більше розвиваються технології, об'єднані загальним терміном web-3D. Використання різних модулів, а саме: Multi-user Publisher, Virtools Life Player, дає змогу розміщувати в інтернеті різноманітні віртуальні середовища, які можуть бути ефективно використані, наприклад, у сфері мас-медіа [8, 17].

Загалом унікальні властивості динамічної візуалізації більше відповідають людському мисленню, аніж документальні засоби комунікації. Зокрема, при заміні лінійного тексту нелінійним гіпертекстом останній є аналогом людського мислення, у якому безліч змістів зв'язано один з одним як внаслідок просторово-тимчасового зв'язку, так і за рахунок всіляких формальних і змістовних асоціацій. У зв'язку з тим, що мультимедійність за багатьма параметрами відповідає людському мисленню і вона за можливостями перевершує попередні засоби комунікації, її використання в ЗМІ може сприяти реалізації культурного потенціалу мультимедіа, а за допомогою цього й рівню культури суспільства.

Проаналізувавши сучасні технології динамічної візуалізації, можемо говорити про їхні широкі можливості з оптимізації та об'єднання сучасних суспільств; але при цьому самі технології не мають ні позитивного, ані негативного значення, а все залежить від їхнього використання у конкретній практиці мультимедійної культури. У зв'язку із цим одним з найважливіших питань, яке стоїть перед сучасним суспільством, і насамперед перед рекламною сферою, є питання, про те, як, з якою метою та в яких галузях сучасного життя необхідно використовувати унікальні можливості мультимедійних засобів і технологій.

Висновки. Підсумовуючи основні положення нашої статті, ми дійшли таких висновків:

1. Редакційно-видавнича підготовка рекламних матеріалів і видань містить у собі весь процес підготовки рекламного повідомлення, починаючи з визначення цілей і завдань та закінчуючи виготовленням матеріального носія, призначеного для поширення. Зміст цього процесу: технологічні етапи, склад виконавців, юридичні й економічні взаємини замовника та виконавця – залежить від виду рекламного матеріалу й каналу його поширення (газета, листівка, буклет тощо).

2. Поєднання фото-, аудіо- та відеоматеріалів в одному рекламному мультимедійному контенті здійснюється в межах конвергентної рекламної сфери. Можна запропонувати таку класифікацію конвергенції: конвергенція як бізнес-стратегія рекламного медіахолдингу; конвергенція як тактика; конвергенція як «переупаковка»; конвергенція у сфері збору й виробництва інформації; конвергенція як новий вид подачі інформації.

3. Існує тенденція до зближення реального й віртуального середовища, при цьому змінюється сам принцип взаємодії, який усе більше ґрунтується на матеріалізації візуальних образів, за допомогою яких користувач управляє віртуальним середовищем. Величезного значення набуває розробка людино-комп'ютерних інтерфейсів. Усе це загалом дає змогу створювати найрізноманітніші тренажери, симулятори, інтерактивні навчальні віртуальні простори. Активно розвиваються технології, засновані на

3D-стереовізуалізації (3D-стереомонітори й 3D-дисплеї). Ці технології ефективно використовують з різною метою, зокрема й у ЗМІ. Прослідковується яскрава й стійка тенденція до розвитку Augmented Reality-технологій (накладеної, привнесеної віртуальної реальності), за допомогою якої стає можливим вносити в реальність віртуальні елементи.

4. Однією з комп'ютерних технологій із візуалізації реклами є анімація – метод створення серії знімків, малюнків, кольорових плям, ляльок або силуетів в окремих фазах руху, за допомогою якого під час показу їх на екрані виникає враження руху істоти або предмета. Фактично це вид кіномистецтва і його твір (мультфільм), а також відповідна технологія. Комп'ютерна анімація – послідовний показ (слайд-шоу) заздалегідь підготовлених графічних файлів, а також комп'ютерна імітація руху за допомогою зміни (і перемальовування) форми об'єктів або показу послідовних зображень із фазами руху. Анімація являє собою процес надання здатності рухатися й / або видимості життя об'єктам або тілам у вигаданих світах художніх творів та іграх жанру фентезі.

Щодо перспективних напрямів для подальшого дослідження тематики застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі виокремимо такі: дослідження відповідного іноземного досвіду, компаративний аналіз різних технологій 3D-стереовізуалізації тощо.

Література

1. Арешенкова О. Ю. Вплив на споживача як характерна комунікативно-прагматична ознака реклами. *British Journal of Science, Education and Culture*, 2014. №1 (5) (January-June). Vol. I. «London University Press». London, 2014. С. 27–31.
2. Арешенкова-Левченко О. Реклама як різновид масової комунікації. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії* : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 березня 2019 р.). Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 47–50.
3. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі. Київ : КНЕУ, 2006. 380 с.
4. Ваксман Р. В. Рекламна діяльність: проблеми господарсько-правового забезпечення. Харків : Юрайт, 2014. 205 с.
5. Васильєва Л. А., Проценко О. П. Філософія реклами та PR: теорія та практика / Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т». Харків : ХАІ, 2021. 119 с.
6. Георгієвська В., Сидоренко Н. Реклама – рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX – початок XX ст.) : монографія. Київ : АДЕФ-Україна, 2010. 316 с.
7. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 38 с.
8. Електронне зображення. Словник термінів (ISO 12651:1999, IDT). Київ : Держспоживстандарт України, 2013. 24 с.
9. Про рекламу : Закон України. Верховна Рада України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80/page (дата звернення: 23.09.2022).
10. Зірка В. В. Слово у рекламі: лінгвостилістичний аспект. Дніпропетровськ : Днепропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2012. 179 с.
11. Луценко К. В. Політична реклама як іміджева технологія у системі комунікацій та маркетингу : автореф. дис. … канд. політ. наук: 23.00.02. Чернівці, 2006. 18 с.
12. Микитенко Л. А. Державний контроль рекламної діяльності в Україні : монографія / Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 141 с.
13. Мельникович О. М., Крепак А. С. Зовнішня реклама : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 219 с.
14. Психологія реклами / О. В. Зазимко та ін. ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2016. 383 с.
15. Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики : тези доп. VI Всеукр. наук.-практ. конф. / Київ. нац. торг.-екон. ун-т ; відп. ред. А. А. Мазаракі (Київ, 16 листоп. 2012 р.). Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2012. 175 с.
16. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Лінгвістика впливу : монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. 148 с.
17. Савончак В. Я. Зображальна журналістика: фотографія : конспект лекцій / Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці : Рута, 2011. 100 с.
18. Симоненко С. М. Психологія візуального мислення. URL: http://www.lib.ua-ru.net/inode/p-2/8580.html (дата звернення: 23.09.2022).
19. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій / В. М. Петрик та ін. Київ : Росава, 2006. 208 с.
20. Тімофєєв А. В., Бикова О. М. Зображальна журналістика. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2009. 68 с.
21. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент. Київ : КНУТД, 2012. 230 с.

References

1. Areshenkova, O. Ju. (2014). Impact on the consumer as a characteristic communicative and pragmatic feature of advertising. British Journal of Science, Education and Culture, 1(5), (January-June), I, «London University Press». London [in Ukrainian].
2. Areshenkova-Levchenko, O. (2019). Advertising as a type of mass communication. Journalism and advertising: vectors of interaction. Kyjiv: Kyjiv. nac. torgh.-ekon. un-t [in Ukrainian].

3. Butenko, N. Ju. (2006). Social psychology in advertising. Kyjiv : KNEU [in Ukrainian].

4. Vaksman, R. V. (2014). Advertising activity: problems of economic and legal support. Kharkiv : Jurajt [in Ukrainian].

5. Vasyljjeva, L. A., Procenko, O. P. (2021). Philosophy of advertising and PR: theory and practice. Kharkiv : KhAI [in Ukrainian].

6. Gheorghijevsjka, V., Sydorenko, N. (2010). Advertising – the driving force of prosperity: advertising and reference press in the territory of Eastern Ukraine (19th-early 20th centuries). Kyjiv : ADEF-Ukrajina [in Ukrainian].

7. DSTU 3017:2015. Edition. The main types. Terms and definitions. (2016). Kyjiv : DP «UkrNDNC» [in Ukrainian].

8. Electronic image. Dictionary of terms (ISO 12651:1999, IDT) (2013). Kyjiv : Derzhspozhyvstandart Ukrajiny [in Ukrainian].

9. Law of Ukraine «On Advertising». Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1 %80/page [in Ukrainian].

10. Zirka, V. V. (2012). The word in advertising: linguistic stylistic aspect. Dnipropetrovsjk : Dnepropetr. un-t im. Aljfreda Nobelja [in Ukrainian].

11. Lucenko, K. V. (2006). Political advertising as an image technology in the system of communications and marketing. Extended abstract of candidate's thesis. Chernivci [in Ukrainian].

12. Mykytenko, L. A. (2011). State control of advertising activities in Ukraine. Kyjiv : Kyjiv. nac. torgh.-ekon. un-t [in Ukrainian].

13. Meljnykovych, O. M., Krepak, A. S. (2017). Outdoor advertising. Kyjiv: Kyjiv. nac. torgh.-ekon. un-t [in Ukrainian].

14. Psychology of advertising (2016). Kyjiv: KNTEU [in Ukrainian].

15. Advertising in Ukraine: integration of theory and practice (2012). Kyjiv: Kyjiv. nac. torgh. ekon. un-t [in Ukrainian].

16. Rizun, V. V., Nepyjvoda, N. F., Kornjejev, V. M. (2016). Linguistics of influence. Kyjiv: Vydavnycho-polighrafichnyj centr «Kyjivsjkyj universytet» [in Ukrainian].

17. Savonchak, V. Ja. (2011). Visual journalism: photography. Chernivci: Ruta [in Ukrainian].

18. Symonenko, S. M. Psychology of visual thinking. Retrieved from: http://www.lib.ua-ru.net/inode/p-2/8580.html [in Ukrainian].

19. Modern technologies and means of manipulating consciousness, conducting information wars and special information operations. (2006) / V. M. Petryk. Kyjiv: Rosava [in Ukrainian].

20. Timofjejev, A. V., Bykova, O. M. (2009). Visual journalism. Kam'janecj-Podiljsjkyj: Aksioma [in Ukrainian].

21. Jacyshyna, L. K., Demenina, O. M. (2012). Advertising management. Kyjiv: KNUTD [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 11.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 22.11.2022

УДК 7.01:72.01
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270564

Цитування:
Царенко С. О. Вітчизняна гуманістична традиція та українська лексика – першоджерела для наукової термінології з фахових напрямів творення середовища. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 123–128.

Tsarenko S. (2022). Domestic Humanistic Tradition and Ukrainian Vocabulary as Primary Sources for Scientific Terminology in Professional Areas of Environment Creation. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 123–128 [in Ukrainian].

Царенко Сергій Олександрович,
кандидат архітектури,
доцент кафедри дизайну середовища
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-4395-6390
tsarRost@gmail.com

ВІТЧИЗНЯНА ГУМАНІСТИЧНА ТРАДИЦІЯ ТА УКРАЇНСЬКА ЛЕКСИКА – ПЕРШОДЖЕРЕЛА ДЛЯ НАУКОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ З ФАХОВИХ НАПРЯМІВ ТВОРЕННЯ СЕРЕДОВИЩА

Мета роботи – віднайти вітчизняні лексичні визначення з архітектури, урбаністики й дизайну середовища. **Методологія дослідження** – міждисциплінарний синтез знань на основі діалектики (Г. Гегель) та загальної теорії систем (Л. фон Берталанфі). **Наукова новизна**: уперше поставлено проблему повноти вітчизняної термінології із творення середовища для вираження самобутніх сенсів, згідно з кириличною гуманістичною традицією, і спеціалізацій діяльності та запропоновано ввести до наукового обігу загальне визначення групи фахових мистецьких напрямів з творення середовища життєдіяльності людини як ієрархічного середовищного образотворення, мета якого – цілісна ліпота просторових форм відповідного призначення. **Висновки.** Зміст запозиченої термінології потребує прискіпливішого її добору, оскільки вона покликана збагатити лексику й уточнити відповідні галузеві поняття та фахові спеціалізації, зокрема, за міжнародними кваліфікаційними визначеннями. Однак лексичні запозичення не мають достатнього потенціалу для світоглядної, ментально-когнітивної відповідності національному мовному середовищу. Для забезпечення національного філософського цілепокладання, згідно з вітчизняною слов'яно-греко-латинською традицією цілісного й правдивого Живого Слова, нам необхідно, поряд із запозиченими найменуваннями й термінологією, застосовувати насамперед національну, вітчизняну, зокрема давньослов'янську, лексику як основну, методологічну. Вітчизняна гуманістична традиція, особливості словотворення і лексичний фонд української літературної мови дають змогу повернути до ширшого застосування національне найменування змісту й мети мистецької композиції (ліпота) і ввести до наукового обігу природне визначення предметно-просторових мистецтв – «середовищне образотворення», а також «ієрархічне середовищне образотворення».

Ключові слова: архітектура, гармонія, дизайн, Живе Слово, зодчество, зодчеський градоустрій, композиція, ліпота, містобудування, середовищне образотворення, термінологія, урбаністика, філософія ієрархії творення середовища.

Tsarenko Serhii*, PhD in Architecture, Associate Professor, Department of Environmental Design, Institute of Design and Advertising, National Academy of Culture and Arts Management*

Domestic Humanistic Tradition and Ukrainian Vocabulary as Primary Sources for Scientific Terminology in Professional Areas of Environment Creation

The purpose of the article is to find domestic lexical definitions of architecture, urbanism, and environmental design. **The methodology of the research** is an interdisciplinary synthesis of knowledge based on dialectics (H. Hegel) and the general theory of systems (L. von Bertalanffy). **Scientific novelty.** For the first time, the author has analysed the problem of the completeness of the domestic terminology on environment creation to express original meanings according to the Cyrillic humanistic tradition, and specialisations of activity. It has been proposed to introduce into scientific circulation a general definition of a group of professional artistic directions for creating an environment for human life as a hierarchical environmental image creation, the purpose of which is the integral beauty of spatial forms. **Conclusions**. The content of the borrowed terminology requires a more careful selection, as it is intended to enrich the vocabulary and clarify relevant industry concepts and professional specialisations, in particular, according to international qualification definitions. However, lexical borrowings do not have sufficient potential for worldview, mental-cognitive compliance with the national linguistic environment. In order to ensure national philosophical goal setting, in accordance with the national Slavic-Greek-Latin tradition of a complete and true Living Word, we need, along with borrowed names and terminology, to use primarily national, including Old Slavic, vocabulary in quality of the main methodological one. The domestic humanistic tradition, the peculiarities of word formation and the lexical fund of the Ukrainian literary language make it possible to return to wider use the national name of the content and purpose of an artistic composition (leepota)

© Царенко С. О., 2022

and to introduce into scientific circulation the natural definition of object-spatial arts, namely "environmental imagery" as well as «hierarchical environmental imagery».

Key words: architecture, harmony, design, Living Word, architectonics, architectonic urban development, composition, leepota, urban planning, creating the environment, terminology, philosophy of hierarchy of environment creation.

Світлої пам'яті
Григорієві Савичу Сковороді
на 300-ліття від дня народження
уклінно присвячує автор

Уточніть значення слів – і ви позбавите людство від половини непорозумінь.

Рене Декарт, «Міркування про метод», 1637

Актуальність теми дослідження. Мова залишається основним засобом, джерелом і першоджерелом, формою вираження та змістовим наповненням людської комунікації. Не є винятком і наукове мистецьке знання із творення середовища, зокрема з архітектури та містобудування. Одразу впадає в око відомий грецизм першого з названих термінів [3, 90], лексична складність і неоднозначність другого й загальна колізія «виділення» в зодчестві – мистецтві просторовому – «містобудівного» напряму, що далеко не повною мірою виправдано умовним розподілом на спеціалізації. Крім того, світові культурні тенденції, сучасний технологічний розвиток проєктування та виробництва з просторового розвитку й формування предметно-просторового середовища вивели на авансцену англійські терміни «урбаністика» і «дизайн», власне, англо-французькі й латинські за первинним походженням [2, 293; 7, 84].

Звичайно, про термінологію не сперечаються, а домовляються; але при цьому топологічною безперервністю та просторовою ієрархічністю життєвого середовища об'єктивно ставиться під сумнів фаховий розподіл серед митців як дещо вимушений, а самі назви окремих мистецьких і навіть інженерно-будівельних фахів мають вигляд цілком умовний, особливо якщо маємо на увазі проєктування об'єктів у сучасному інформаційному світі з його всеосяжною цифрою. Застосування ж адекватної явищам лексики саме по собі є запорукою успішної діяльності.

На перший «практичний» погляд, глобальність ринку, зокрема й освітнього, та відповідних вимог фахових об'єднань щодо усталеної професійної лексики, яка набуває певного традиційного вжитку, – така глобальність виключає скільки-небудь повноцінне застосування самобутньої «тубільної» термінології та унеможливлює цей культурний «жест» за кон'юнктурною недоцільністю: «повернення до коренів» здається дещо архаїчним і подібним до зайвих ускладнень. Парадокс полягає в тому, що перебування в річищі світових «трендів» спирається на оригінальну самобутність кожної з окремих культур, завдяки яким і з'являється спільний «тренд», відбуваються міжнародна інтеграція і творче взаємозбагачення. І якщо останній завжди універсально вживаний, пізнаваний, простий, то культури апріорі складні. Для них саме спрощення – це крок до примітивізму, свого роду вірус вихолощення. Хоча поширення термінологічних мовних запозичень – ознака прогресуючої інтернаціональної культурності, сам національний культурний розвиток можливий лише за умови застосування та поглиблення вітчизняної лексики разом із використанням запозиченої світової термінології.

Аналіз досліджень і публікацій. Недостатня розробленість в Україні філософсько-світоглядної парадигматики й, відповідно, вітчизняної термінології в царині дизайну (і не лише дизайну) є свідченням, на наше переконання, своєрідної «політичної молодості» національної культури та загальної початковості наших фундаментальних досліджень. Справедливо пов'язуючи омріяне «художнє збагачення предметно-просторового середовища» із розвитком «теорії дизайну у філософському та фундаментальному аспектах» [1, 27], українські науковці поки що скільки-небудь суттєво не наблизилися до так необхідного основоположного знання. Складність у тому, що нові знання, особливо фундаментальні, народжуються на стику галузей науки й виступають, як правило, результатом міждисциплінарних зусиль, на нашому прикладі – досліджень культурологічних, мистецтвознавчих і, не останньою чергою, мовознавчих.

Мовознавство взагалі й термінознавство зокрема [12, 8–17] самі по собі доволі консервативні: увага до мовних основ наукового знання найчастіше (але не досить природно) залишається прерогативою спеціальних лінгвістичних досліджень [10, 14;

11, 7] приблизно так само, як історія в її так званому «академічному» значенні вважається прерогативою фахових істориків (хоча всі суспільно значущі явища об'єктивно стають історичними й підлягають відповідному аналізові, що має бути доступним і який повинні застосовувати всі галузеві вчені). Так само й лінгвісти, котрі в опрацюванні порівняльно-мовознавчих гіпотез, до речі, часто-густо спираються саме на приклади з будівельної лексики [8, 28; 9, 109; 9, 183–189; 9, 203–207], все-таки вважають виключним атрибутом саме свого фаху власне філологічну складову знань.

Наявні в спеціальній літературі результати досліджень з розподілу професій і спеціалізацій, особливо стосовно історичного поділу й конкуренції між архітекторами та інженерами-будівельниками, взаємодії між ними та взаємозв'язків і відмінностей їх освітньої підготовки [6, 109–110], як правило, здійснювалися на рівні загальної світової проблематики, що є виправданим, але фахових найменувань і базової термінології, яка має методологічне значення, ці дослідження не торкалися. У національному філософському й філологічному контекстах цю проблематику не розглядали.

Відповідно, сучасні результативні наукові розробки з архітектурознавства й культурології на основі філологічних узагальнень значно рідкісніші. Підкреслена в такому рідкісному дослідженні єдність «організованого архітектором процесу» й художньої форми, яка неначе символізує цілісну єдність того «образу буття», що несе ця мистецька форма в середовищі, із «виразною самостійністю» самої форми [13, 383–384; 13, 547–549; 13, 896–898], корелює з висновками провідних зодчих і критиків XX ст. [16, 36–38; 17, 141–145; 19, 227–247].

Мета нашої розробки – віднайдення вітчизняних методологічно містких лексичних визначень з мистецьких напрямів архітектури з усіма аспектами урбаністики й дизайну середовища.

Виклад основного матеріалу. Повертаючись до вершин світового мистецтва й мистецької думки, що визнавала творчістю «лише те, чим наснажується життя цілого, у якому форма та зміст єдині» [19, 227–247], а людський дух визначила «світлом, що вище інстинкту», і «немає у свідомості людини нічого вищого, ніж промені цього первинного світла, що їх ми називаємо красою» [16, 36–38], мусимо плекати наше рідне Слово як священну філософську категорію, як засіб наблизитися до образу Божого – нашої самобутньої краси. Природно, що лише оригінальні мовні визначення дозволять закласти основи національної філософії творення середовища як світоглядного цілепокладання. Адже сенс мистецтва не в прибутках від збудованих квадратних метрів чи їх прикрашанні «в стилі», але – в тій самій красі. І при тому – у красі самобутній.

Чому стосовно архітектури європейці віддали перевагу словам грецького походження в термінологічних визначеннях і самому найменуванні діяльності як «архітектурної», зрозуміло з огляду на значення Давньої Греції (Еллади) в історії зодчества Європи й цілого світу. Але саме так – зодчество – іменується це мистецтво у вітчизняному лексичному першоджерелі [4, 273]. Щоправда, при цьому з давнини в слов'янському мовному середовищі для звання фахівця як головного будівничого застосовували й грецьке слово «архітектон» [18, 56], відтак і слово «архітектура» можна вважати практично «вітчизняним» [13, 99–103]. Та хоча віднедавна власне зодчество, у вузькому сенсі, стали асоціювати з «об'ємною» частиною архітектури, все-таки давнє, романтичне слово «зодчество» вживають не лише з приводу зведення споруд чи, наприклад, в історичному контексті, але насамперед для образного підкреслювання особливостей фаху. Адже той, хто творить на землі, хто «осаджує» і «зводить», той провадить саме історичну взаємодію Божества з людиною. І за соціального характеру пізнання саме зодчий – у широкому професійному сенсі, творець усього ієрархічного предметно-просторового середовища – зосереджує в собі творення Божого світу через живого творчого суб'єкта.

Загалом природні для міжнародних мистецтв, якими є архітектура в усіх її іпостасях і дизайн у всіх його спеціалізаціях, процеси витіснення національної термінології запозиченою тривали й тривають залежно від появи в різних країнах, у різному мовному середовищі нових досягнень, технічних або художніх, що стають надбанням світовим. Тому зрозуміло, чому саме дизайн з вихідного industrialdesign [15, 30–31; 17, 146–149] набув поширення для позначення спеціальності й спеціалізацій, зокрема в архітектурі, з проєктування предметного середовища: піонерами індустрії були британці, й англійська мова впевнено посіла першість у процесах, пов'язаних з індустріалізацією. Своєю чергою, нинішня постіндустріальна епоха суспільства інформаційно-комунікаційного спонукає

повернутися до самобутніх сенсів і відповідних визначень. Обов'язковим напрямом проєктної інвестиції стає самобутній дух.

Наша вітчизняна об'єднавча культурна традиція на засадах віросповідної (міжконфесійної) інтеграції, що спирається на світоглядні засади православних братств і принципи слов'яно-греко-латинської освіти, передбачає творення краси як образності, освяченої сприйняттям Вічності. Гуманізм руської «філософії серця», висловлюваної в правдивих поетичних образах з відповідною щиросердною і наочною цілісністю, відомою як Живе Слово [14, 455], залишив нам у спадщину віросповідну осмисленість явищ земної краси як тих, що створює людина в Любові до Бога та з любові до ближніх.

За тієї умови, що наснажену самобутнім людським духом красу являє мистецький образ (чи «образ буття» з вираження функції в архітектурній формі, чи то образ процесу або «жесту» в дизайні предмету), необхідно покласти в основу методології творення середовища саме *образотворення* – свою оригінальну й відповідальну взаємодію з Творцем. Відтак вітчизняне *середовищне образотворення* може бути відправною лексичною позицією для загального методологічного об'єднання мистецьких фахових напрямів, які забезпечують середовище життєдіяльності людини.

Важливо, що етимологія запозичених іншомовних слів ніколи повною мірою не відповідає змістові супутньої лексики в мові, що набула запозичень, хоча тривалістю уживання забезпечується відносно глибоке засвоєння термінології, як-от *архітектор, архітектура, архітектурний* поряд із давнішими термінами *зодчий, зодчество, зодческий*. Але лише в рідному контексті, методологічно сформованому за системою сенсів, усі слова етимологічно повноцінні й точні. Наприклад, «містобудівна» складова архітектурної діяльності під вітчизняним найменуванням *зодческий градоустрій* постає методологічним продовженням розвитку давніх центрів розселення – *градів* у традиційній цілісності міста із волостю.

У мистецтві центральними, ключовими термінологічними поняттями є «гармонія» грецького [3, 475] і «композиція» латинського походження [4, 542–543]. При цьому принципово важливим вітчизняним лінгвістичним явищем, що залишилося в поетичній царині української мови, постає синтетичне поняття «ліпота» [5, 177].

Гармонія і композиція VS Ліпота. Останнє в опозиції двом першим несе суттєво багатшу змістовну семантику, оскільки сприймається як позначення мети композиції та одночасно – її гармонійного складу й результату, як забарвлений фаховістю синонім словосполучення «рукотворна краса». Повсякденна українська мова усталила це вихідне синтетичне поняття у формах прикметника «ліпший» та називного «поліпшення», що парадоксальним чином підсилюють поетичну змістовність ліпоти як довершеності, досконалості.

Дизайн VS Образотворення. Збагачення національної мови привнесеним терміном спирається, зокрема, на його змістовне образне розуміння, на поетику цього слова. Цікаво звернути увагу на те, що саме на такому прикладі англо-французьке смислове ядро слова design, de-signe пов'язується із поняттям «знак» і вихідним дієсловом désigne (фр.) – означати. Етимологічне багатство слова «дизайн» у мові англійській (у якій воно набуло багатьох смислових відтінків саме завдяки запозиченню з французької) вже зумовило доволі широку лексичну палітру його застосування в українському фаховому дискурсі, хоча до останнього часу – без необхідного етимологічного засвоєння. Таким живомовним засвоєнням уявляється семіотичне прочитання цілепокладання дизайну як інтегрального мистецького напряму: знаковість образності, зокрема, і відповідної образності об'єктів у середовищі життєдіяльності людини, спонукає вважати методологічною основою дизайнерської діяльності *середовищне образотворення*.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше поставлено проблему повноти вітчизняної термінології із творення середовища для вираження самобутніх сенсів, згідно з кириличною гуманістичною традицією, і спеціалізацій діяльності й запропоновано ввестия до наукового обігу загального визначення групи фахових мистецьких напрямів з творення середовища життєдіяльності людини як ієрархічного середовищного образотворення, мета якого – цілісна ліпота просторових форм відповідного призначення.

Висновки. Зміст запозиченої термінології потребує прискіпливішого її добору, оскільки вона покликана збагатити лексику й уточнити відповідні галузеві поняття та фахові спеціалізації, зокрема, за міжнародними кваліфікаційними визначеннями. Однак

лексичні запозичення не мають достатнього потенціалу для світоглядної, ментально-когнітивної відповідності національному мовному середовищу.

Для забезпечення національного філософського цілепокладання, згідно з вітчизняною слов'яно-греко-латинською традицією цілісного й правдивого Живого Слова, нам необхідно, поряд із запозиченими найменуваннями й термінологією, застосовувати насамперед національну й вітчизняну, зокрема давньослов'янську, лексику як основну методологічну.

Вітчизняна гуманістична традиція, особливості словотворення і лексичний фонд української літературної мови дають змогу повернути до ширшого застосування національне найменування змісту й мети мистецької композиції (*літота*) і ввести до наукового обігу природне визначення предметно-просторових мистецтв – *середовищне образотворення*, а також *ієрархічне середовищне образотворення*, що методологічно об'єднує сучасні фахові мистецькі напрями творення середовища життєдіяльності людини – архітектуру та містобудування (зодчество, зодчеський градоустрій, або урбаністику) і дизайн.

Література

1. Боднар О. Актуальні проблеми сучасної теорії дизайну. *Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини* : зб. наук. праць з мистецтвознавства, архітектурознавства і культурології / Ін-т проблем сучасн. мист-ва Акад. мист-в України ; редкол.: В. Д. Сидоренко (голова), В. І. Тимофієнко, О. В. Сіткарьова та ін. Київ : А+С, 2005. Вип. 2. С. 22–27.
2. Дьомін М. М. Урбанізація. *Архітектура :* короткий словник-довідник / за заг. ред. А. П. Мардера ; ДНДІТІАМ. Київ : Будівельник, 1995. С. 293.
3. Етимологічний словник української мови. У 7 т. / Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Т. 1: А–Г. Київ : Наук. думка, 1982. 631 с.
4. Етимологічний словник української мови. У 7 т. / Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Т. 2: Д–Копці. Київ : Наук. думка, 1985. 570 с.
5. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. Київ : Українська книга, 2000. 480 с.
6. Кондель-Пермінова Н. М. До історії архітектурної та будівельної освіти в Україні. *Сучасні проблеми художньої освіти в Україні* / Акад. мис-в України ; Ін-т проблем суч. мис-ва ; редкол.: В. Д. Сидоренко (голова), І. Д. Безгін, А. А. Бокотей та ін. Київ : Вид. дім А+С, 2006. Вип. 2: Мистецька освіта в Україні: Проблеми розвитку в контексті Болонського процесу (Київ – Харків) : зб. наук. пр. С. 107–126.
7. Мардер А. П. Дизайн. *Архітектура :* короткий словник-довідник / за заг. ред. А. П. Мардера ; ДНДІТІАМ. Київ : Будівельник, 1995. С. 84.
8. Мосенкіс Ю. Метод мовної інтерпретації мистецтва у вивченні трипільської та егейської культур. *Схід і Захід у мовно-культурних зв'язках* : збірник / за ред. Ю. Л. Мосенкіса. Київ : Дослідн. семінар «Мова та історія», 2001. С. 26–28.
9. Мосенкіс Ю. Л. Українська мова у євразійському просторі: Трипільська ґенеза милозвучності та віддалені родинні зв'язки. Київ : А+С, 2006. 224 с.
10. Наконечна Г. Українська науково-технічна термінологія. Львів : Кальварія, 1999. 105 с.
11. Непийвода Н. Ф. Мова науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). Київ : Міжнародна фінансова агенція, 1997. 303 с.
12. Панько Т. І., Кочан І. М., Мацюк Г. П. Українське термінознавство. Львів : Світ, 1994. 216 с.
13. Пучков А. А. Поэтика античной архитектуры. Київ : Феникс, 2008. 992 с.
14. Сверед юк У. Д. Латиномовна спадщина України як еталон у філософії серця Григорія Сковороди: символіка емблематичної поезії Теофана Прокоповича. *Scientific developments of European countries in the area of philological researches* : Collective monograph. Riga : Baltija Publishing, 2020. P. 2, 451–469.
15. Bussagli M. Capire L'Architettura. Firenze-Milano : Giunti Editore S.p.A., 2003. 384 p.
16. Frank Lloyd Wright / Bruce Brooks Pfeiffer; Edited by Peter Gössel, Gabriele Leuthässer. Köln: TASCHEN GmbH, 2007. 182 p.
17. Ragon M. Le livre de l'architecture moderne. Paris, 1958. 234 p.
18. Slovnik jazyka staroslovenskeho. Praha, 1958. 1044 s.
19. Wright F. L. The Future of Architecture. New York : Horizon Press, 1953. 251 p.

References

1. Bodnar, O. (2005). Current issues of modern design theory. SuchasnI problemi doslidzhennya, restavratsiyi ta zberezhennya kulturnoyi spadschini: Zb. nauk. prats z mistetstvoznavstva, arhItekturoznavstva i kulturologiyi / In-t problem suchasn. mist-va Akad. mist-v Ukrayini; Redkol.: V. D. Sidorenko (golova), V. I. Timofienko, O. V. Sitkarova ta in. Kyiv: A+S, 2, 22–27 [in Ukrainian].
2. Dyomin, M. M. (1995). Urbanization. Architectura: Korotkiy slovnyk-dovidnyk. Kyiv: Budivelnyk, 293 [in Ukrainian].
3. Etymological dictionary of the Ukrainian language (1982). U 7 t. / In-t movoznavstva im. O. O. Potebni. Vol. 1. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].

4. Etymological dictionary of the Ukrainian language (1985). U 7 t. / In-t movoznavstva im. O. O. Potebni. Vol. 2. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].

5. Karavanskiy, S. (2000). Practical dictionary of synonyms of the Ukrainian language. Kyiv: Ukr. Knyga [in Ukrainian].

6. Kondel-Perminova, N. M. (2006). For the history of architectural and build education in Ukraine. Suchasni problemi hudozhnoyi osviti v Ukrayini / Akad. mis-v Ukrayini. In-t problem such. mis-va; redkol.: V. D. Sidorenko (golova), I. D. BezgIn, A. A. Bokotey ta in. Kiyiv: Vid. dim A+S, 2: Mistetska osvita v Ukrayini: Problemi rozvitku v kontekstI Bolonskogo protsesu (Kiyiv – Harkiv). Zb. nauk. pr.), 107–126 [in Ukrainian].

7. Marder, A. P. (1995). Designe. Architectura: korotkiy slovnyk-dovidnyk. Kyiv: Budivelnyk, 84 [in Ukrainian].

8. Mosenkis, Y. (2001). Method of linguistic interpretation of art in the study of Trypillia and Aegean cultures. Shid i Zahid u movno-kulturnih zv'yazkah. Zbirnik. Kiyiv: DoslIdn. semInar «Mova ta IstorIya», 26–28 [in Ukrainian].

9. Mosenkis, Y. L. (2006). Ukrainian language in the Eurasian space: Trypillia genesis of melodiousness and distant family ties. Kiyiv: A+S [in Ukrainian].

10. Nakonechna, G. (1999). Ukrainian scientific and technical terminology. Lviv: Kalvariya [in Ukrainian].

11. Nepyivoda, N. F. (1997). Language of scientific and technical literature (functional and stylistic aspect). Kiyiv: Mizhnarodna finansova agentsiya [in Ukrainian].

12. Panko, T. I., Kochan, I. M., Matsuk, G. P. (1994). Ukrainian terminology. Lviv: Svit [in Ukrainian].

13. Puchkov, A. A. (2008). Poetics of ancient architecture [in Russian].

14. Sverediuk, U. D. (2020). Latin heritage of Ukraine as a standard in the philosophy of the heart of Hryhoriy Skovoroda: symbolism of the emblematic poetry of Teofan Prokopovych. Scientific developments of European countries in the area of philological researches: Collective monograph. Riga: Baltija Publishing, 2, 451–469 [in Ukrainian].

15. Bussagli, M. (2003). Capire L'Architettura. Firenze-Milano : Giunti Editore S.p.A. [in Italian].

16. Frank Lloyd Wright (2007). Bruce Brooks Pfeiffer; Edited by Peter Gössel, Gabriele Leuthässer. Köln: TASCHEN GmbH, [in English].

17. Ragon, M. (1958). Le livre de l'architecture moderne. Paris) [in French].

18. Slovnik jazyka staroslovenskeho. Praha [in Old Slavonic; in Czech].

19. Wright, F. L. (1953). The Future of Architecture. New York: Horizon Press [in English].

Стаття надійшла до редакції 04.10.2022
Отримано після доопрацювання 08.11.2022
Прийнято до друку 16.11.2022

УДК 721.012
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270565

Цитування:
Малік Т. В., Осмолова Р. Р. Особливості застосування біофілії в інтер'єрному середовищі громадських будівель. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 129–134.

Malik T., Osmolova R. (2022). Features of Biophilia Application in Interior Environment of Public Buildings. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 129–134 [in Ukrainian].

Малік Тетяна В'ячеславівна,
професор Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука
https://orcid.org/0000-0001-7986-3957
3t@ukr.net

Осмолова Руслана Русланівна,
студентка кафедри дизайну середовища Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука
https://orcid.org/0000-0001-5146-2588
ruslanamoshenets@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ БІОФІЛІЇ В ІНТЕР'ЄРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ГРОМАДСЬКИХ БУДІВЕЛЬ

Мета роботи – визначити особливості поняття «біофілія», з'ясувати доцільність використання цього засобу в інтер'єрах громадських будівель, звернути увагу на її позитивний вплив на психоемоційний стан людини. Проаналізувати перспективний розвиток застосування біофілії. **Методологія роботи.** Дослідження ґрунтується на системному та середовищному підходах, які дають змогу розглядати інтер'єрний простір і предметне середовище із застосуванням біофілії як цілісний проєкт. У статті використано: метод системного аналізу спеціалізованих ресурсів та наукових публікацій за тематикою дослідження; метод порівняльного аналізу аналогічних об'єктів; узагальнення отриманої в процесі дослідження інформації. Джерельною базою дослідження стали наукові й публіцистичні статті, вітчизняні та зарубіжні проєктні розробки просторів, де було використано це поняття. **Наукова новизна** роботи полягає у визначенні особливостей і засобів біофільного дизайну для їх застосування в громадських приміщеннях в умовах України, що створює середовище життєдіяльності та сприяє такій соціальній організації і функціонуванню людей, які забезпечують збереження та зміцнення їх емоційного стану. **Висновки.** Біофілія є одним із важливих шляхів для допомоги людям у поверненні до життя близького з природою. Доведено, що, задовольняючи притаманну схильність людини до спілкування з природою, біофільний дизайн породжує емоційну прив'язаність до певних просторів і місць. Ці емоційні прихильності спонукають людей працювати продуктивно, а також ідентифікувати себе з місцями, де живемо, і підтримувати їх. Біофільний дизайн сприяє позитивній і постійній взаємодії та стосункам між людьми і природним середовищем. Люди є глибоко соціальним видом, чия безпека та продуктивність залежать від позитивних взаємодій у просторовому контексті. Дослідження зумовлене розширенням і поглибленням знань про формування дизайну середовища із застосуванням новітнього засобу біофілії в практиці проєктування відповідних середовищ. Результати роботи можуть бути використані в практичній діяльності архітекторів, дизайнерів та студентів закладів освіти цієї спеціалізації.

Ключові слова: гіпотеза біофілії, біофільний дизайн, інтер'єр, природа, рослини, озеленення, екологія, оздоровчий ефект, зелений простір.

Malik Tetiana, *Professor, Department of Environmental Design, Mykhailo Boychuk Kyiv State Academy of Decorative and Applied Art and Design;* ***Osmolova Ruslana,*** *Undergraduate Student, Department of Environmental Design, Mykhailo Boychuk Kyiv State Academy of Decorative and Applied Art and Design*

Features of Biophilia Application in Interior Environment of Public Buildings

The purpose of the work is to determine the peculiarities of the biophilia concept, to find out the feasibility of using this tool in the interior of public buildings, to pay attention to its positive impact on the psycho-emotional state of a person, as well as to analyse the prospective development of the use of biophilia. **Research methodology** is based on systemic and environmental approaches, which allow considering the interior space and subject environment with the application of biophilia as a holistic project. The study has used the method of systematic analysis of specialised resources and scientific publications on the subject of the study; method of comparative analysis of similar objects; generalisation of information obtained in the process of research. Scientific and journalistic articles, domestic and foreign project development of spaces where this concept has been used became the source base of the research. **The scientific novelty** of the research consists in determining the features and means of biophilic design for their application in public spaces in the conditions of Ukraine, which creates an environment of life and promotes such social organisation and functioning of people that ensure the preservation and strengthening of their emotional state. **Conclusions.** Biophilia is one of the

© Малік Т. В., 2022
© Осмолова Р. Р., 2022

important ways to help people return to a life close to nature. It has been proven that satisfying a person's inherent inclination to communicate with nature, biophilic design generates an emotional attachment to certain spaces and places. These emotional attachments motivate people to work productively, and they also motivate us to identify with the places where we live and to support them. Biophilic design promotes positive and permanent interaction and relations between people and the natural environment. Humans are a deeply social species whose safety and productivity depend on positive interactions in a spatial context. The research is motivated by the expansion and deepening of knowledge about the formation of the environment design with the use of the latest biophilia tool, which provides the possibility and can be used in the practice of designing natural environments. The research outcomes can be used in the practical activities of architects, designers and students of educational institutions of this specialisation.

Key words: biophilia hypothesis, biophilic design, interior, nature, plants, landscaping, ecology, curative effect, green space.

Актуальність теми дослідження. Оскільки в наш час природне середовище існування є переважно штучно забудованим, де люди зараз проводять 90% свого часу, біофілія в дизайні буде прагнути задовольнити наші вроджені потреби в спілкуванні та перебуванні з природою в сучасному місті та будівлях. Певні теорії біофілії та біофільного дизайну доводять те, що вид людей розвивався за всю свою історію, адаптуючись до природного світу, а не до штучно створених умов. Вважають, що потреба бути близькими з природою залишається важливою для фізичного та психічного здоров'я, фізичної форми та благополуччя людей [1, 17].

Аналіз досліджень і публікацій. Біофілія – це риса людської особистості, яку спочатку описав Еріх Фромм, а пізніше – Е. О. Вілсон. Обидва погоджуються, що біофілія має біологічну основу і що вона є фундаментальною для розвитку гармонійних стосунків між людьми та біосферою. Вілсон використовував термін «біофілія» для опису рис еволюційної адаптації, які дозволяють нам розвивати психічний зв'язок із живим світом і природою. Стівен Р. Келлерт опублікував збірку есе «Гіпотеза біофілії» (Kellert and Wilson, 1993); ця гіпотеза стверджує залежність людини від природи.

Мета дослідження – проаналізувати перспективний розвиток застосування біофілії та її загальний вплив на психоемоційний стан людини.

Виклад основного матеріалу. *Біофілія* – пристрасна любов до життя і всього живого; це бажання подальшого зростання, будь то особи, рослини, ідеї чи соціальної групи. Біофільна людина вважає за краще конструювати, а не зберігати. Він хоче бути більше, а не мати більше. Вона здатна дивуватися і вважає за краще побачити щось нове, ніж знайти підтвердження старого. Любить пригоди в житті більше, ніж упевненість. Бачить ціле, а не лише частини структури, не підсумки. Хоче формувати та впливати любов'ю, розумом і прикладом [2, 366].

Почуття причетності до природи залежить від того, як людина ставиться до природи, тварин, рослин, природних ресурсів і дбає про них. Це також залежить від того, наскільки людина знайома з природним середовищем, а також від ступеня комфорту та благополуччя, які людина відчуває в такому середовищі.

Біофільний дизайн зосереджений на тих аспектах природного світу, які сприяли здоров'ю та продуктивності людини у віковій боротьбі за здоров'я та виживання. Тож пустельні чи глибоководні середовища існування чи мікроорганізми, або чужорідні чи вимерлі види чи інші незрозумілі аспекти природи переважно не мають значення як аспекти біофільного дизайну, оскільки вони пропонують людям мало та не приносять користі.

Є *гіпотеза* про те, що людям більше не потрібно перебувати з природою, поширена практика перебування людей у сенсорно-дефіцитних та штучних середовищах, таких як офісні будівлі, лікарні, школи, торговельні центри – з незначним контактом із природними силами та стимулами. Чимала частина сучасного антропогенного середовища спроєктована без достатнього природного освітлення, природної вентиляції, природних матеріалів, рослинності, краєвидів, зовнішніх ліній і форм. Ми тільки починаємо виявляти, що ці екологічно збіднені середовища проживання викликають втому, симптоми хвороб і погіршення працездатності [3].

Найголовніші аспекти, які мають прямий зв'язок з природою:

Світло. Відчуття природного світла є фундаментальним для здоров'я та добробуту людини. Крім простої експозиції, природне світло може набувати естетично привабливих форм, мати творчу взаємодію світла й тіні, дифузного та змінного світла, світло може інтегрувати з просторовими властивостями.

Повітря. Природна вентиляція важлива для комфорту людини і продуктивності. Природну вентиляцію у вбудоване середовище можна покращити за рахунок коливань потоку повітря, температури, вологості та барометричного тиску. Цих умов можна досягти через доступ до зовнішнього простору такими простими засобами, як робочі вікна, або більш складними технологічними та інженерними стратегіями.

Вода. Вода необхідна для життя, і її позитивний досвід в антропогенному середовищі може зняти стрес, сприяти задоволенню, покращенню здоров'я та продуктивності. Потяг до води може бути особливо вираженим, коли він пов'язаний з кількома відчуттями: зору, звуку, дотику, смаку та руху. Різні стратегії дизайну можуть задовольнити бажання контакту з водою, що включає різні види водойм, фонтани, акваріуми, споруджені водно-болотні угіддя та ін.

Рослини. Рослинність, особливо квіти, є однією з найуспішніших стратегій залучення природи в антропогенне середовище. Наявність рослин може зменшити стрес, сприяти фізичному здоров'ю, підвищенню комфорту та покращенню продуктивності. Рослинності в будівлях і створених ландшафтах має бути багато і бажано, щоб це були місцеві види рослин, а не екзотичні.

Природні ландшафти та екосистеми. Природні ландшафти та екосистеми складаються із взаємопов'язаних рослин, тварин, води, ґрунтів, гірських порід і геологічних форм. Більшість людей віддають перевагу природним пейзажам над штучними.

Мультисенсорні зустрічі з природою в забудованому середовищі сприятимуть комфорту, задоволенню, насолоді та когнітивній продуктивності [4].

До основних засобів біофілійного дизайну передусім відносять:

Образи природи. Зображення природи: рослин, тварин, пейзажів, води, геологічних особливостей – може впливати позитивно як на емоції, так і на здатність мислити людини.

Природні матеріали. Натуральні матеріали викликають позитивні візуальні й тактильні реакції. Натуральні будівельні та оздоблювальні матеріали включають в себе дерево, камінь, вовну, бавовну та шкіру

Натуральні кольори. При біофільному застосуванні кольору перевагу надають приглушеним «землистим» тонам, характерним для ґрунту, каміння та рослин. Слід обережно використовувати яскраві кольори, які підкреслюють такі привабливі навколишні форми, як квіти, захід і схід сонця, веселку та деякі рослини і тварини. Потрібно уникати дуже штучних, контрастних і «вібруючих» кольорів.

Симуляція природного світла та повітря. Внутрішнє освітлення та оброблене повітря стали можливими завдяки прогресу в будівельних технологіях і будівництві. Штучне світло може бути розроблено так, щоб імітувати спектральні й динамічні властивості природного світла. Перероблене повітря також може імітувати якість природної вентиляції за допомогою варіацій повітряного потоку, температури, вологості й барометричного тиску [5].

Хоча це досить складна біофільна конструкція, приналежність до природи може бути представлена в оперативних термінах і виміряна за допомогою різних підходів. Було запропоновано щонайменше декілька підходів для опису та вимірювання приналежності до природи: емоційна близькість до природи [6, 178]; включення природи в себе [7, 327]; ідентичність середовища [8, 398]; зв'язок з природою [9, 503]; відданість природі [10, 173]; спорідненість природи [11, 715]; любов і турбота про природу [12, 455]. Компанії, що працюють в авангарді дизайну робочих місць, вкладають значні кошти в елементи біофільного дизайну. Доведено, що ці заходи покращують концентрацію працівників, їх залученість у роботу та пізнавальні здібності, а також стимулюють персонал обирати саме таке місце роботи.

У готельному бізнесі біофільний дизайн – це додатковий прибуток. Гості згодні платити на 23% більше за такі номери.

У сфері освіти такий дизайн підвищує швидкість навчання на 20–25%, сприяє покращенню його результатів, підвищує рівень концентрації та відвідуваності занять.

У галузі охорони здоров'я помітне скорочення післяопераційних періодів на 8,5%, застосування знеболювальних препаратів зменшується на 22%.

Щодо роздрібної торгівлі, то наявність рослинності та ландшафту збільшує середні орендні ставки на торгові площі, при цьому покупці вказують, що вони готові платити на 8–12% більше за товари та послуги.

Біоофіси

У власників біофільних офісів цілі більш приземлені – їм потрібно утримати співробітників у стінах, стимулювати продуктивну працю. Органічний дизайн концентрує творчу енергію, викликає корпоративну гордість, почуття причетності до роботи компанії із глобальними амбіціями.

Комфортний, нестандартний, креативний інтер'єр офісу для персоналу цінніший за зарплату та премії. Природні плавні лінії, тропічна зелень, жива атмосфера різко контрастує із сірістю та суєтою мегаполісу. Тут приємно перебувати, працювати, спілкуватися, створювати нове (рис. 1).

Рис 1. Біоофіс, Калвер-Сіті,
штат Каліфорнія, США

Біомагазини

У торгових центрах все частіше трапляються вертикальні сади, плавні лінії, м'які пастельні та теракотові відтінки фону. Торговий центр з його кафе, бутиками та розважальними локаціями стає місцем релаксу. Так, тут рваний ритм, яскраве світло, помітні вивіски, але в кожному торговому центрі бізнес-класу з'явилися куточки відпочинку – такий різкий перехід від торгово-розважального шторму до умиротворення лаунж-зони (рис. 2).

Рис 2. Біомагазин, Respublika Park, Київ

Відвідувачі цінують виявлену власниками турботу: проводять у ТРЦ більше часу, частіше повертаються, діляться враженнями в соцмережах, рекомендують друзям. Біофільна атмосфера сприяє комерції.

Біготелі

Від примітивного «зеленого туризму» готельєри класу лакшері перейшли до глемпінгів, усамітнених лодж та шале. Гості готелів з біофільним дизайном отримують нові відчуття, милуються унікальними видами, переживають нові емоції без шкоди для особистої безпеки та комфорту.

У Київській агломерації релакс-готелям класу делюкс із біофільним дизайном гарантований комерційний успіх. На місці старих пансіонатів з незайманим лісом нескладно облаштувати напівпрозорі гостьові капсули, відокремлені спа-зони, каскади водоспадів, сади ароматів (рис. 3). Втеча від міської метушні без втрати дорогоцінного часу на переліт до Швейцарії чи Ломбардії клієнти оцінять.

Рис 3. Relax Villa Poduszka,
с. Синяк, Київщина

Наукова новизна. Використання біофільного дизайну в штучно створеному людиною середовищі сприяє покращенню її здоров’я. Засоби такого дизайну допомагають розвантажити нашу когнітивну систему, позитивно впливають на нашу сенсорну систему, викликають посилення реакцій в емоційному та біологічному плані на нейронному рівні. Особливістю біофілії є здатність підтримки, згідно з багатьма клінічними доказами, нейроендокринної та імунологічної системи, особливо для тих людей, які перебувають у поганому психічному та фізичному стані [13].

Висновки. *Культура біофілії* – це макротренд, який у найближчі десятиліття стане визначати події в економіці, політиці, культурі та суспільстві. Біофільний дизайн сьогодні – набагато більше, ніж просто

додавання рослин у простір, це стратегія розвитку мультисенсорних відносин з навколишнім світом.

Основним завданням біофільного дизайну є усунення певних недоліків у сучасному забудованому середовищі шляхом створення нової основи для корисного існування природи. Ефективне застосування біофілії починається з дотримання описаних вище основних принципів. Звідси можна використовувати певні практики біофільного дизайну, щоб допомогти досягти позитивних і корисних результатів.

Важливо усвідомлювати, що біофільний дизайн – це більше, ніж просто новий спосіб зробити людей більш працездатними за допомогою інноваційного технічного інструменту [14, 55]. Успішне застосування біофільного дизайну фундаментально залежить від прийняття нового ставлення до природи, усвідомлення того, наскільки наше фізичне та психічне здоров'я визначають зв'язки зі світом, частиною якого ми є.

Література

1. Berto R., Makulan N., Barbiero G. Does sustainability address perceived restoration? An exploratory study on Biosphera 2.0, a net zero energy house. *Vis. Sustejn.*2020. Vol. 13. Pp. 17–30. DOI: 10.13135/2384-8677/4181.

2. Фромм Е. Анатомія людської деструктивності / пер. з нім. Е. М. Телятникова. Київ : AST Publishers, 2015. 366 с.

3. What Is and Is Not Biophilic Design? *Metropolis.* URL: https://metropolismag.com/viewpoints/what-is-and-is-not-biophilic-design (дата звернення: 19.08.2022).

4. Kellert S., Calabrese E. The Practice of Biophilic Design. URL: www.biophilic-design.com (дата звернення: 19.09.2022).

5. Capaldi C., Passmore H.-A., Nisbet E. et al. Flourishing in nature: A review of the benefits of connecting with nature and its application as a wellbeing intervention. *International Journal of Wellbeing*. 2015. Vol. 5. № 4. DOI: 10.5502/ijw.v5i4.449.

6. Kals E., Shumaher D., Montada L. Emotional Affinity toward Nature as a Motivational Basis to Protect Nature. *Environment and Behavior*. 1999. Vol. 31. Pp. 178–202. DOI: 10.1177/00139169921972056.

7. Schultz P. The structure of environmental concern: concern for self, other people, and the biosphere. *Journal of Environmental Psychology*. 2001. Vol. 21. Pp. 327–339. DOI: 10.1006/jevp.2001.0227.

8. Stets J., Biga Ch. Bringing Identity Theory into Environmental Sociology. *Sociological Theory Journal.* 2003. Vol. 21. Pp. 398–423. DOI: 10.1046/j.1467-9558.2003.00196.x.

9. Mayer S., McPherson F. The connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. *Journal of Environmental Psychology*. 2004. Vol. 24. Pp. 503–515. DOI: 10.1016/j.jenvp.2004.10.001.

10. Davis J., Green J., Reed A. Interdependence with the environment: Commitment, interconnectedness, and environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*. 2009. Vol. 29. Pp. 173–180. DOI: 10.1016/j.jenvp.2008.11.001.

11. Nisbet E., Zelenski J., Merfi S. The Nature Relatedness Scale: Linking Individuals' Connection With Nature to Environmental Concern and Behavior. *Environment and Behavior*. 2008. Vol. 41. Pp. 715–740. DOI: 10.1177/0013916508318748.

12. Perkens H. Measuring love and care for nature. *Journal of Environmental Psychology.* 2010. Vol. 30. Pp. 455–463. DOI: 10.1016/j.jenvp.2010.05.004.

13. Caperna A., Serafini S. Biourbanism as new epistemological perspective between Science, Design and Nature. *In Architecture & Sustainability: Critical Perspectives. «Generating sustainability concepts from an architectural perspective».* KU Leuven – Faculty of Engineering, Belgium, 2015.

14. Дизайн середовища міста: багатокритеріальна оптимізація та розумні технології : підручник / Н. Мхітарян та ін. Київ : Наук. думка, 2021. 628 с.

References

1. Berto, R., Makulan, N., Barbiero, G. (2020). Does sustainability address perceived restoration? An exploratory study on Biosphera 2.0, a net zero energy house. Vis. Sustejn, 13, 17–30. DOI: 10.13135/2384-8677/4181 [in English].

2. Fromm, E. (2015). The Anatomy of Human Destructiveness / E. M. Telyatnikova (trans.). Kyiv: AST Publishers [in Ukrainian].

3. What Is and Is Not Biophilic Design? Metropolis. Retrieved from: https://metropolismag.com/viewpoints/what-is-and-is-not-biophilic-design [in English].

4. Kellert, S., Calabrese, E. The Practice of Biophilic Design. Retrieved from: www.biophilic-design.com [in English].

5. Capaldi, C., Passmore, H.-A., Nisbet, E. et al. (2015). Flourishing in nature: A review of the benefits of connecting with nature and its application as a wellbeing intervention. International Journal of Wellbeing, 5, 4. DOI: 10.5502/ijw.v5i4.449 [in English].

6. Kals, E., Shumaher, D., Montada, L. (1999). Emotional Affinity toward Nature as a Motivational Basis to Protect Nature. Environment and Behavior, 31, 178–202. DOI: 10.1177/00139169921972056 [in English].

7. Schultz, P. (2001). The structure of environmental concern: concern for self, other people, and the biosphere. Journal of Environmental Psychology, 21, 327–339. DOI: 10.1006/jevp.2001.0227 [in English].

8. Stets, J., Biga, Ch. (2003). Bringing Identity Theory into Environmental Sociology. Sociological Theory Journal, 21, 398–423. DOI: 10.1046/j.1467-9558.2003.00196.x [in English].

9. Mayer, S., McPherson, F. (2004). The

connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. Journal of Environmental Psychology. Vol. 24. Pp. 503–515. DOI: 10.1016/j.jenvp.2004.10.001 [in English].

10. Davis, J., Green, J., Reed, A. (2009). Interdependence with the environment: Commitment, interconnectedness, and environmental behavior. Journal of Environmental Psychology, 29, 173–180. DOI: 10.1016/j.jenvp.2008.11.001 [in English].

11. Nisbet, E., Zelenski, J., Merfi, S. (2008). The Nature Relatedness Scale: Linking Individuals' Connection With Nature to Environmental Concern and Behavior. Environment and Behavior, 41, 715–740. DOI: 10.1177/0013916508318748 [in English].

12. Perkens, H. (2010). Measuring love and care for nature. Journal of Environmental Psychology, 30, 455–463. DOI: 10.1016/j.jenvp.2010.05.004 [in English].

13. Caperna, A., Serafini, S. (2015). Biourbanism as new epistemological perspective between Science, Design and Nature. Architecture & Sustainability: Critical Perspectives. «Generating sustainability concepts from an architectural perspective». KU Leuven – Faculty of Engineering, Belgium [in English].

14. Mkhitarjan, N. M., Kovaljov, J. M. et al. (2021). Urban environment design: multi-criteria optimization and smart technologies. Kyiv, Ukraine: Naukova dumka, 628 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 05.10.2022
Отримано після доопрацювання 08.11.2022
Прийнято до друку 16.11.2022

УДК 37.013.73
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270567

Цитування:
Попова О. В. Сценографія Енріко Прамполіні в контексті теоретико-практичного дискурсу італійського футуризму. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 135–140.

Popova O. (2022). Enrico Prampolini's Scenography in Theoretical-Practical Discourse of Italian Futurism. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 135–140 [in Ukrainian].

Попова Оксана Володимирівна,
аспірантка
Київського національного університету
культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0002-2056-2073
odimkina91@gmail.com

СЦЕНОГРАФІЯ ЕНРІКО ПРАМПОЛІНІ В КОНТЕКСТІ ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНОГО ДИСКУРСУ ІТАЛІЙСЬКОГО ФУТУРИЗМУ

Мета статті – виявити особливості концепції сценічного дизайну одного з теоретиків і практиків італійського футуризму Е. Прамполіні та з'ясувати вплив майстра на подальший розвиток сценографії. **Методологія дослідження.** Застосовано аналітичний та історичний метод (для опрацювання трактатів італійських футуристів і дослідження історичного періоду формування футуристичної сценографії), метод компаративного аналізу (для порівняння концепції Е. Прамполіні з теоретико-практичними досягненнями інших представників італійського футуризму й тенденціями сценічного дизайну постдраматичного театру), теоретичний метод (для виокремлення основних тенденцій футуристичної сценографії за Е. Прамполіні). **Наукова новизна.** Досліджено концепцію сценічного дизайну Е. Прамполіні в контексті специфіки італійського футуризму; розкрито оригінальність творчого методу художника; розглянуто основні принципи взаємозв'язку драматургії, режисури та сценічного дизайну футуристів, співвідношення сценічного дизайну з актором, драматургією, глядацьким сприйняттям; проаналізовано маловідомі у вітчизняному науковому вимірі теоретичні праці Е. Прамполіні – «Кромафонія» (1913), «Футуристична сценографія і хореографія» (1915), маніфест «Футуристичної сценічної атмосфери» (1924); виявлено спільні риси футуристичного та сучасного сценічного дизайну. **Висновки.** Історія сценічного дизайну засвідчує, що інноваційні та інтригуючі художні досягнення зазвичай виникають завдяки реакції художників на динамічні зміни навколишньої дійсності. Натхненні бурхливою атмосферою, художники-революціонери, відповідно, привносять зміни в традиційні підходи та методи сценографічного вирішення вистави. На початку XX століття, завдяки діяльності футуристів, художнє оформлення театральної вистави не лише зазнало величезних трансформацій, але й змінило його визначення в сценічному мистецтві. Е. Прамполіні як один з основоположників італійського футуризму «другої хвилі» затверджував власні специфічні підходи, відповідно до художньої концепції та осмислення форми, світла, кольору й руху як найважливіших інструментів в ансамблевому мистецтві сценічного дизайну. Концепція сценічного дизайну, яку запропонував Е. Прамполіні (згідно з якою лише сценограф з його перцептивними засобами й розумінням може створити еквівалентний світ, настільки ж важливий, як і сама п'єса), зумовила появу численних послідовників та епігонів серед футуристів «другої хвилі», а завдяки підтримці тісних контактів майстра з різноманітними європейськими художніми й театральними школами, інтегрувалася в загальноєвропейський авангардний контекст. Відповідно до основної революційної ідеї майстра, сценічний дизайн футуристів – «суб'єктивний сценічний дизайн» – відмежовується від тогочасного традиційного сценічного дизайну («об'єктивного»). За Е. Прамполіні, «суб'єктивний сценічний дизайн» створюється синтезуванням усіх засобів виразності, які разом перетворюють футуристичну сцену на абстрактне ціле, а воно підсвідомо впливає на глядача, створює унікальний для кожної постановки «стан розуму», використовуючи форми, кольори, рух та світло. Дослідження дало змогу виявити, що футуристичні експерименти Е. Прамполіні в галузі сценічного дизайну безпосередньо перегукуються із сучасними тенденціями постмодерністичного театру.

Ключові слова: Ерніко Прамполіні, футуризм, сценографія, сценічний дизайн, світло, колір.

Popova Oksana, *Graduate Student, Kyiv National University of Culture and Arts*

Enrico Prampolini's Scenography in Theoretical-Practical Discourse of Italian Futurism

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of the concept of stage design of E. Prampolini, one of the Italian futurism theoreticians and practitioners, and to find out the influence of the master on the further development of scenography. **Research methodology.** The analytical and historical method have been applied to study the treatises of Italian futurists and the historical period of the futuristic scenography formation. The method of comparative analysis enabled comparing E. Prampolini's concept with the theoretical and practical achievements of other representatives of Italian futurism and the trends of stage design of post-dramatic theatre. The theoretical method has been used to highlight the main trends of futuristic scenography according to E. Prampolini. **Scientific novelty.** The concept of E. Prampolini's stage design has been studied in the context of the specifics of Italian futurism. The originality of the artist's creative method has been revealed. The main principles of the interrelationship of dramaturgy, directing, and stage design of the

© Попова О. В., 2022

futurists, the relationship between stage design and the actor, dramaturgy, and audience perception have been considered. E. Prampolini's theoretical works, in particular «Chromaphony» (1913), «Futuristic scenography and choreography» (1915), the manifesto «Futuristic stage atmosphere» (1924), little known in the domestic scientific dimension, have been analysed. Finally, common features of futuristic and modern stage design have been revealed. **Conclusions.** The history of stage design proves that innovative and intriguing artistic achievements usually arise due to the reaction of artists and dynamic changes in the surrounding reality. Revolutionary artists being inspired by the stormy atmosphere, bring changes to traditional approaches and methods of scenographic solution of the performance. At the beginning of the 20th century, thanks to the work of futurists, the artistic design of a theatrical performance not only underwent huge changes, but also changed its definition in stage art. E. Prampolini, as one of the founders of Italian futurism of the «second wave», approved his own specific approaches, based on the artistic concept and understanding of form, light, colour, and movement as the most important tools in the ensemble art of stage design. The concept of stage design proposed by E. Prampolini, according to which only the scenographer with his perceptive means and understanding can create an equivalent world, is as important as the play itself. It led to the appearance of numerous followers and epigones among the futurists of the «second wave», and thanks to the support of the master's close contacts with various European art and theatre schools, was integrated into the pan-European avant-garde context. According to the main revolutionary idea of the master, the stage design of the futurists, the so-called «subjective stage design», is distinguished from the traditional («objective») stage design of the time. According to E. Prampolini, «subjective stage design» is created by synthesising all means of expression, which together turn a futuristic scene into an abstract whole, and it subconsciously affects the viewer, creates a unique «state of mind» for each production, using shapes, colours, movement, and light. The research has revealed that E. Prampolini's futuristic experiments in the field of stage design directly echo the current trends of postmodern theatre.

Key words: Ernico Prampolini, futurism, scenography, stage design, light, colour.

Актуальність дослідження. Творчість Е. Прамполіні (1894–1956) багатоаспектна: він був живописцем, дизайнером, художником з костюмів, публіцистом, архітектором, сценографом, одним з основних ідеологів футуризму «другої хвилі». Завідувач кафедри сценографії в Академії Брера, засновник «Футуристичного театру Прамполіні» (1927), секретар Спілки італійських сценографів (з 1944 р.) та художній керівник театру Compagnia Balletti Russi Alanova (з 1945 р.), він створив свій власний неповторний стиль, збагатив сценографічну практику і теорію, розробивши костюми та декорації для різноманітних вистав на сценах італійських театрів, а також написавши кілька маніфестів зі сценографії, ставши одним із засновників сценічного дизайну футуристів. Актуальність дослідження сценографічної діяльності Е. Прамполіні зумовлена важливістю вивчення теоретико-практичної діяльності майстра в контексті історичного розвитку сценічного дизайну та необхідністю розширення вітчизняної наукової бази.

Мета статті – виявити особливості концепції сценічного дизайну одного з теоретиків і практиків італійського футуризму Е. Прамполіні та з'ясувати вплив майстра на подальший розвиток сценографії.

Аналіз публікацій засвідчив, що проблематиці італійського футуризму в сценографії вітчизняні дослідники (Л. Бевзюк-Волошина, А. Вітрянська, О. Ковальчук, С. Триколенко, А. Шведова та ін.), на жаль, не приділили належної уваги. В окремих наукових працях, присвячених різноманітним аспектам розвитку мистецтва сценографії, згадки про Е. Прамполіні обмежуються загальними уривчастими відомостями й ілюстраціями в загальному контексті сценографії футуризму. Діяльність Е. Прамполіні як одного з провідних майстрів італійського футуризму «другої хвилі», який посприяв формуванню, подальшому розвитку та популяризації нової, «суб'єктивної» сценографії, лишається мало висвітленою.

Виклад основного матеріалу. Поява нових технологій наприкінці XIX – на початку XX ст. стала каталізатором розквіту творчості футуристів, які виражали у своїх роботах пульсуючу вібрацію життя так, як вони його бачили.

Футуризм являє собою рух, що стосується всіх аспектів життя і мистецтва, особливо образотворчого та виконавського мистецтва. Багато художників-футуристів творили одночасно в кількох засобах масової інформації: вони першими сприйняли динамічність і швидкість як сутність сучасного буття і, відповідно, як основний напрям свого мистецтва. Порівнюючи їх різноманітні маніфести, можемо виявити основні ідеї: симуляція динамізму, взаємопроникнення фігур, предметів, простору та світла; створення «стану розуму», тобто тотального переживання для глядачів, з використанням різноманітних художніх засобів для впливу на всі відчуття [4, 126]. Водночас якщо футуристи могли виразити модернізм і динамізм за допомогою сучасних предметів, таких як машини, електрика, автомобілі або літаки, їм було складно створити візуальний образ динамізму, особливо в статиці – живописі та скульптурі, які не могли реалізувати рух. На думку

дослідників, футуристи значно випередили свій час, оскільки їхні інновації полягали передусім в теоретичних надбаннях, оскільки більшість їхніх ідей були набагато більш революційними, ніж тогочасні методи. Р. Маркус наголошує, що «завдяки тому, що реалізація динамізму й руху може бути досягнута при грі в тривимірному просторі, кращою ареною для футуризму стає сцена. Окрім того, одна з їх найбільш жаданих цілей, повний чуттєвий досвід, більш ефективно досягається за допомогою аудіовізуального середовища виконання» [4, 126]. Не всі ідеї футуристів про динамічну сцену могли бути реалізовані за допомогою тогочасних механізмів і машин, але оскільки світло може створювати ілюзію руху і трансформації, сценічне освітлення стало одним із їх найбільш провідних рішень.

Колір, світло та звук стали важливими елементами вар'єте з особливим акцентом на їх синтезі: воно було засновано на популярному виді розваги, але оновлено та змінено італійським письменником, поетом, одним із засновників футуризму Ф. Т. Марінетті в його Маніфесті «Театр естради» в 1913 р. Він прагнув зруйнувати спокій та величність театру й перетворити його на насолоду, поєднавши кілька номерів та засобів виразності, які можна знайти в кафе-концерті, мюзик-холі, кабаре, нічному клубі та цирку. Його вар'єте, проте, не нагадувало жодне з традиційних тогочасних вар'єте, а являло собою комбінацію, яка створювала щось нове, включно маріонеток, механічних декорацій та реквізиту, шум, звук та «всі нові значення світла» [2, 196–202]. Нові візуальні засоби були включені в «синтезі», ще одній формі футуристичного перформансу, який уперше обговорили в маніфесті Ф. Т. Марінетті, Е. Сеттімеллі та Б. Корра «Футуристичний синтетичний театр» (1915). Митці прагнули створити театральну форму нового типу, зруйнувавши традиційну структуру як письмової п'єси, так і вистави (наприклад «Весь Шекспір в одній дії») [2, 59].

Окремі «синтези» перетворилися на дуже абстрактні перформанси, засновані переважно на декораціях, освітленні та реквізиті, без акторів-людей. Наприклад, чотири «персонажі» в п'єсі Ф. Деперо «Кольори» (1916) – сірий, червоний, білий та чорний – являли собою чотири картонні об'єкти, кожний свого кольору та геометричної форми, які рухалися невидимими нитками, як величезні ляльки [1, 15]. Проте усталений театр був не в змозі прийняти такі форми вистави, які нівелювали будь-яку людяність. Театр без слів, без людської драми й без актора існувати не міг. Тому цей вид абстрактної вистави продовжував розвиватися поза істеблішментом як самостійний жанр.

На синтез усіх аспектів вистави здійснила вплив вагнерівська теорія всього твору мистецтва, відома як Gesamtkunstwerk [3, 297] і популярна теорія синестезії, відповідно до якої стимуляція одного відчуття, наприклад зору, може стимулювати інше відчуття, наприклад слух. Теорія про те, що колір може створювати відчуття звуку й навпаки, і що вони можуть викликати фізичні реакції та психологічні стани досягла піку свого розвитку вже в 1910 р. Під впливом синестезії в 1913 р. Е. Прамполіні написав свій маніфест «Кромафонія», з підзаголовком «Колір звуку» [2, 203–206].

До 1915 р. була написано багато маніфестів, присвячених різноманітним аспектам вистави, проте, за винятком кількох спільних зауважень, жодний із них не містив суттєвих посилань на сценографію або сценічний дизайн, крім згаданої вище роботи Е. Прамполіні, оскільки більшість авторів маніфестів були представниками поезії, літератури та музики й не мали реального візуального уявлення про театр. Натомість Е. Прамполіні був одним із провідних сценографів в Італії, а також драматургом, режисером та відомим художником. Він розробив декорації і костюми більш ніж для 130 вистав і був першим, хто систематично був пов'язаний зі сценічним дизайном у театрі.

У своєму маніфесті в березні 1915 р. «Футуристична сценографія і хореографія», який було перевидано у квітні-травні 1915 р. під назвою «Футуристична сценографія [2, 204], митець стверджував, що світло й декорації «можуть пробудити в глядача такі емоційні цінності, яких не можуть викликати ані слова поета, ані жести актора. Майбутні актори будуть вібраціями, світловими формами (створеними електричним током і розфарбовані газами)» [2, 205].

Варто зауважити, що в період піднесення художньої театральної активності на початку XX ст. сценічне освітлення переживало новий поворот свого розвитку, що було зумовлено впровадженням електричних світлових приладів, а також посиленням ролі художнього пошуку та новацій в культурі. Е. Прамполіні як один з основоположників італійського футуризму «другої хвилі» затверджував власні специфічні підходи до освітлення, відповідно до художньої концепції напряму та осмислення світла як найважливішого інструменту в ансамблевому мистецтві сценічного дизайну.

У тому ж маніфесті митець наголосив, що

«замість освітленої сцени треба створити сцену, яка освітлюється» [2, 86]. Він стверджував, що сцена повинна бути не розфарбована, а забарвлена вогнями. І дійсно, у його п'єсі «Санта Велоціта» («Священна швидкість», 1928 р.) сама декорація була безбарвна й освітлена мінливим кольором вогнів [3, 43].

У 1924 р. на сторінках журналу «Ми» Е. Прамполіні опублікував маніфест «Футуристична сценічна атмосфера» (L`Atmosfera scenic futurista), у якому вперше визначив три етапи становлення футуристичного сценічного дизайну:

1) сценосинтез: загальноприйнята концепція театру двовимірного сценічного середовища; архітектура з домінуванням хроматичних елементів – площинна та лінійна, а театральна дія розгортається у двох площинах;

2) сценопластика: футуристична концепція театру, тривимірне сценічне середовище; архітектура динамічна та пластична, сцена скасована, театральна дія розгортається в трьох площинах;

3) сценодинаміка: більш сучасна футуристична концепція театру, чотиривимірне сценічне середовище; архітектура просторова, динамічна, кольорова, яка інтегрує світло; одночасний розвиток між театральною дією та навколишнім середовищем за рахунок ліквідації арки авансцени [4, 160].

Е. Прамполіні стверджував, що «театр, як і все футуристичне мистецтво, – це послідовна демонстрація світу духу, синхронізованого з рухом в просторі сцени» [6, 28]. Майстер особливо виділив тріаду «синтез – пластика – динаміка» і на її основі запропонував створити «сценічний багатовимірний футуристичний простір» [6, 29], зокрема й нову для театру конструкцію, яка являла б собою «багатовимірну електродинамічну архітектуру пластичних елементів, які світяться, в русі центром театральної сцени» [6, 29] – це повинно було породити динаміку на сцені. На думку митця, «завдяки цьому простір стає метафізичним ореолом навколишнього середовища, а це середовище, відповідно, – духовною проєкцією людських дій» [6, 29].

Е. Прамполіні поєднав власний принцип тотального мистецтва і «променізм Боччоні» з прийомами побудови, напрацьованими метафізичною школою живопису Pittura Metafisica. Проголошуючи нову фазу розвитку естетичної еволюції пластичних мистецтв, що відбувається від духовного порядку до естетичного характеру та від зовнішніх проявів форми до пластичної інтерпретації душі, Е. Прамполіні робить спробу перевести всеосяжну духовну ідею в універсальний масштаб, наголошуючи, що знак, форма та конструкція стають новою душевною реальністю [7, 30].

Розвиваючи ідею «метафізичного ореолу», Е. Прамполіні доповнює її створенням «нового художнього вираження, що спирається на поєднання стосунків матерії і духу, спрямовані на те, щоб закріпити в абсолютному синтезі духовну архітектуру людської душі» [7, 30]. Зробивши сферою свого впливу весь простір, він надає особливу увагу «метафізичному ореолу об'єкта», який звеличений силами динамічної реальності, геометрією, символічним еквівалентом сприйняття та грою взаємопрояснюваних зв'язків [7, 30]. Завдяки цьому пластичний твір мистецтва більше не складається з елементів оптичних обманів видимої реальності, а протікає з пластичного детермінізму трансцендентальної реальності. Відповідно «архітектура форм і кольорів підіймається, формується в просторі і слідує особливому ритму й самоцілі до пластичної центральної гармонії… Хаотичні форми поєднуються довкола центрального вибухового та запального елемента» [7, 31].

Одним з інноваційних проєктів Е. Прамполіно став проєкт Магнітного театру, який, на жаль, так і не було реалізовано, проте відзначено медаллю на Міжнародній виставці декоративно-прикладного мистецтва в Парижі в 1925 р. Магнітний театр був замислений як об'ємна конструкція (величезна машина з платформами), споруджена посеред театральної зали, кожен елемент якої може рухатися вверх-вниз і в сторони, з обертальними та зміщувальними рухами, для створення динамічних декорацій і освітлення [5, 160].

Найбільш важливою та революційною ідеєю Е. Прамполіні стало розмежування традиційної сценографії, яку він називав «об'єктивною», і сценографії футуристів, яку він називав «суб'єктивною». Останню створюють синтезом усіх виражальних засобів, які разом перетворюють футуристичну сцену на абстрактне ціле, що підсвідомо спілкується з глядачами, використовуючи форми, кольори, рух і світло, що створюють «стан розуму». Це уявлення про те, що між сценою і глядачем існує безпосередній і підсвідомий зв'язок,

засвідчує вплив теорії З. Фрейда. Е. Прамполіні стверджував, що слова і жести не можуть створювати такий стан розуму, що лише сценограф з його перцептивними засобами й розумінням може створити еквівалентний світ, настільки ж важливий, як і сама п'єса.

Футуристичні дослідження Е. Прамполіні в галузі сценічного дизайну безпосередньо перегукуються із сучасними тенденціями постмодерністичного театру, для підтвердження чого виділимо низку прийомів, характерних як для робіт футуристичних художників, так і для сучасного сценічного дизайну:

- динамічність композиції;
- самовираження художника (сценографа);
- відображення сенсового навантаження тексту в сценічному оформленні;
- накладання різноманітних фактур, світла та кольору;
- експерименти з нестандартними форматами й матеріалами.

Наукова новизна. Досліджено концепцію сценічного дизайну Е. Прамполіні в контексті специфіки італійського футуризму; розкрито оригінальність творчого методу художника; розглянуто основні принципи взаємозв'язку драматургії, режисури та сценічного дизайну футуристів, співвідношення сценічного дизайну з актором, драматургією, глядацьким сприйняттям; проаналізовано маловідомі у вітчизняному науковому вимірі теоретичні праці Е. Прамполіні – «Кромафонія» (1913), «Футуристична сценографія і хореографія» (1915), маніфест «Футуристична сценічна атмосфера» (1924); виявлено спільні риси футуристичного й сучасного сценічного дизайну.

Висновки. Історія сценічного дизайну засвідчує, що інноваційні та інтригуючі художні досягнення зазвичай виникають завдяки реакції художників та динамічні зміни навколишньої дійсності: натхненні бурхливою атмосферою, художники-революціонери привносять зміни в традиційні підходи та методи сценографічного вирішення вистави. На початку XX ст., завдяки діяльності футуристів, не лише художнє оформлення театральної вистави зазнало значних трансформацій, але й змінилося його визначення в сценічному мистецтві.

Е. Прамполіні як один з основоположників італійського футуризму «другої хвилі» затверджував власні специфічні підходи, відповідно до художньої концепції та осмислення форми, світла, кольору та руху як найважливіших інструментів в ансамблевому мистецтві сценічного дизайну.

Концепція сценічного дизайну, запропонована Е. Прамполіні, згідно з якою лише сценограф з його перцептивними засобами й розумінням може створити еквівалентний світ, настільки ж важливий, як і сама п'єса, зумовила появу численних послідовників та епігонів серед футуристів «другої хвилі», а завдяки підтримці тісних контактів майстра з різноманітними європейськими художніми й театральними школами, інтегрувалася в загальноєвропейський авангардний контекст. Відповідно до основної революційної ідеї майстра сценічний дизайн футуристів – так званий «суб'єктивний сценічний дизайн» – відмежовується від тогочасного традиційного сценічного дизайну («об'єктивного»). За Е. Прамполіні, «суб'єктивний сценічний дизайн» створюють синтезуванням усіх засобів виразності, які в комплексі перетворюють футуристичну сцену на абстрактне ціле, а воно підсвідомо впливає на глядача, створює унікальний для кожної постановки «стан розуму», використовуючи форми, кольори, рух та світло. Дослідження виявило, що футуристичні експерименти Е. Прамполіні в галузі сценічного дизайну безпосередньо перегукуються із сучасними тенденціями постмодерністичного театру.

Література

1. Kirby, T. (ed.) Total Theatre. New York : E. P. Dutton & Co, 1969. 280 p.

2. Kirby, T. Futuriste Performances. New York : PAJ Publications, 1971. 335 p.

3. Lista, G. La Scene Futuriste. Paris : Centre National de la Recherche Scientifique 1989. 450 p.

4. Markus R. Light and Dynamism in Futurist Art and Scenography : The realization of Futurist theories in art and on stage, 2009. Pp. 123–134. URL: https://www.academia.edu/en/9850327/Light_and_Dynamism_in_Futurist_Art_and_Scenography_The_realization_of_Futurist_theories_in_art_and_on_stage (дата звернення: 14.09.2022).

5. Markus R. Futurist Scenography from revolutionare theory to practice. Assaph C. 1999. № 15. Pp. 153–163.

6. Prampolini E. L'Atmosfera scenica futurista. *Oliva A. B. Prampolini*. 1913–1956. Modena : Galleria fonte d'Abisso edizioni, 1985. Pp. 28–29.

7. Prampolini E. Verso una nuova arte. Architetture spirituali. (I miei «Paesaggi femminili» alla Mostra del Ritratto a Monza). Oliva A. B. Prampolini. 1913–1956. Modena : Galleria fonte d'Abisso edizioni, 1985. Pp. 30–31.

References

1. Kirby, T. (ed.). (1969). Total Theatre. New York :E. P. Dutton & Co [in English].

2. Kirby, T. (1971). Futuriste Performances. New York, PAJ Publications [in English].

3. Lista, G. (1989). LaSceneFuturiste. Paris, Centre National de la Recherche Scientifique [in Italian].

4. Markus, R. (1999). Futurist Scenography from revolutionare theory to practice. Assaph C. 1999, 15, 153–163 [in English].

5. Markus, R. (2009). Light and Dynamism in Futurist Art and Scenography : The realization of Futurist theories in art and on stage, 123–134. Retrieved from: https://www.academia.edu/en/9850327/Light_and_Dynamism_in_Futurist_Art_and_Scenography_The_realization_of_Futurist_theories_in_art_and_on_stage [in English].

6. Prampolini, E. (1985). L'Atmosfera scenica futurista. Oliva A. B. Prampolini. 1913–1956. Modena: Galleria fonte d'Abisso edizioni, 28–29 [in Italian].

7. Prampolini, E. (1985). Verso una nuova arte. Architetture spirituali. (I miei "Paesaggi femminili" alla Mostra del Ritratto a Monza). Oliva A. B. Prampolini. 1913-1956. Modena: Galleria fonte d'Abisso edizioni, 30–31 [in Italian].

Стаття надійшла до редакції 11.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 22.11.2022

ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО, ДЕКОРАТИВНЕ МИСТЕЦТВО, РЕСТАВРАЦІЯ

УДК 7.04+79
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270569

Цитування:
Чумаченко О. П. Іконопис як образотворча складова обрядово-ритуального entertainment у контексті соціокультурного життя Київської Русі. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 141–145.

Chumachenko O. (2022). Icon Painting as Visual Component of Ritual Entertainment in the Context of Socio-Cultural Life of Kyivan Rus. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 141–145 [in Ukrainian].

Чумаченко Олена Петрівна,
кандидат культурології,
докторантка
Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
https://orcid.org/0000-0001-7803-9181
chumachenko10@ukr.net

ІКОНОПИС ЯК ОБРАЗОТВОРЧА СКЛАДОВА ОБРЯДОВО-РИТУАЛЬНОГО ENTERTAINMENT У КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ЖИТТЯ КИЇВСЬКОЇ РУСІ

Мета роботи – розглянути іконопис як один з елементів образотворчої складової обрядово-ритуального entertainment у контексті соціокультурного життя Київської Русі. **Методологія дослідження** полягає в залученні аналітичного методу – для вивчення теоретичного матеріалу про види entertainment, особливу увагу акцентовано на обрядово-ритуальному виді; метод формалізації використано для уточнення терміна entertainment у межах предметного поля мистецтвознавства; герменевтичний метод й історико-культурологічний – для дослідження іконопису як образотворчої складової обрядово-ритуального феномену entertainment у контексті соціокультурного життя Київської Русі. Безперечно, у дослідженні також використано теоретичний матеріал щодо іконописних шкіл і традицій іконопису за часів Київської Русі. **Наукова новизна** статті полягає в тому, що вперше розглянуто іконопис як один з елементів образотворчої складової обрядово-ритуального entertainment у контексті соціокультурного життя Київської Русі. **Висновки.** Герменевтичний метод трактування поняття entertainment дає змогу не звужувати його значення до поняття розваги, у лінгвістичному й мистецтвознавчому аспекті цей термін трактовано як видовище та відповідно до цієї інтерпретації має декілька видів, основні з яких обрядово-ритуальний, мистецький, агональний і балаганний. У статті акцентовано на обрядово-ритуальному форматі entertainment і його образотворчій складовій за часів соціокультурного життя Київської Русі. Обрядово-ритуальний формат видовища надзвичайно важливий: поєднуючи в собі й елементи обряду, ритуалу, і релігійний аспект, він відіграє важливу роль у соціокультурному житті кожної історичної доби. Розглянуто трактування обряду та ритуалу в працях Арнольда ван Геннепа, І. Фурсіна, Н. Заковича, В. Горового, Е. Дюркгейма. Визначено, що саме символічний характер обрядового-ритуального формату видовища відрізняє його від розважального, мистецького, агонального та балаганного прояву. Зазначено, що церковний обряд як одна з форм видовища теж має право на існування як зовнішній вияв віри в Бога й можливість поклонятися йому. Отже, однією з образотворчих складових обрядового-ритуального видовища в Київський Русі, наприклад церковного обряду, були ікони, які мали свою знакову-символічну мову. Розглянуто традиції Київської іконописної школи часів Київської Русі, особливості стилю й основні ікони того періоду, що дає змогу визначити, що іконопис є однією з образотворчих складових обрядово-ритуального entertainment у соціокультурному житті Київської Русі.

Ключові слова: entertainment, церковний обряд, Київська Русь, Київська іконописна школа, обряд, ритуал.

Chumachenko Olena, *Candidate of Cultural Studies, National Academy of Culture and Arts Management*

Icon Painting as Visual Component of Ritual Entertainment in the Context of Socio-Cultural Life of Kyivan Rus

The purpose of the article is to consider icon painting as one of the elements of the visual component of ceremonial and ritual entertainment in the context of the socio-cultural life of Kyivan Rus.**The methodology of the research** consists in the application of the analytical method to study the theoretical material about the types of entertainment, special attention is focused on the ceremonial-ritual type. The formalisation method is used to clarify the term Entertainment within the subject field of art history. The hermeneutic historical-cultural methodsenable the study of icon painting as a visual component of the Entertainment ceremonial-ritual phenomenon in the context of the socio-cultural life of Kyivan Rus. It is undeniable that the research also uses theoretical material regarding icon painting schools and traditions of icon painting during the times of Kyivan Rus.**The scientific novelty of the work** is that for the first time icon painting is considered as a visual component of entertainment ritual in the context of the socio-cultural life of Kyivan Rus.**Conclusions.** The hermeneutic method of interpretation of the entertainment concept nakes it possible not to narrow its meaning to the term entertainment, in the linguistic and art-historical aspect. Thus, this term is interpreted as a spectacle, and in relation to this interpretation, it has several types, the main of which are ceremonial-ritual, artistic,

© Чумаченко О. П., 2022

agonal, and fair. The article focuses on the ceremonial-ritual format of entertainment and its visual component during the socio-cultural life of Kyivan Rus. The ceremonial and ritual format of the spectacle is extremely important, combining elements of ceremony and ritual, and the religious aspect plays an important role in the socio-cultural life of each historical era. The interpretation of rite and ritual in the works of Arnold van Gennep, I. Fursin, N. Zakovych, V. Horovyi, and E. Durkheim is considered. It has been determined that it is the symbolic nature of the ceremonial-ritual format of the spectacle that distinguishes it from entertaining, artistic, agony, and farce formats. It is noted that the church rite, as one of the forms of spectacle, also has the right to exist, as an external manifestation of faith in God and the possibility of worshiping him. Thus, icons, which had their own sign and symbolic language, acted as one of the visual components of the ceremonial-ritual spectacle in Kyivan Rus, for example, a church rite. The traditions of the Kyiv icon-painting school of the times of Kyivan Rus, the peculiarities of style, and the main icons of that period are considered, which makes it possible to determine that icon-painting is one of the visual components of the Entertainment ritual in the socio-cultural life of Kyivan Rus.

Key words: entertainment, church rite, Kyivan Rus, Kyiv icon painting school, rite, ritual.

Актуальність теми дослідження. Тема статті зумовлена переосмисленням значення терміна entertainment не лише у форматі сучасного мультимедійного значення як «розвага», а й комплексного дослідження обрядово-ритуального формату entertainment, який досить незвичним чином дає змогу за допомогою герменевтичного методу розглянути іконопис як образотворчу складову зазначеного вище формату entertainment у контексті соціокультурного розвитку Київської Русі.

Слід зазначити, що багато українських дослідників приділяли увагу вивченню іконопису на теренах Київської Русі, серед них: М. Волосюк, Н. Яковенко, Г. Логвин, Я. Запаско, Д. Степовик, В. Пуцко; українські та зарубіжні науковці приділяли окрему увагу феномену entertainment, серед яких S. Shay, C. King, A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, M. Sabido, К. Станіславська, В. Дячук, О. Гончарова та ін. Образотворчу складову феномену entertainment у соціокультурному контексті практично не розглядали.

Серед основних видів entertainment виокремлюють обрядово-ритуальний, який містить у собі релігійні обряди, християнські і язичницькі; агональний – в основі якого традиції змагання, особливо популярний був в Давній Греції і Римі; мистецький – пов'язаний з театром і мистецькими подіями, серед яких можна виокремити досценічні, позасценічні та сценічні; наприклад, зразком досценічного мистецького entertainment є різноманітні види середньовічного театру, а позасценічні, наприклад італійська комедія-імпровізація, сценічний entertainment – музичний театр, усі види театру; балаганний – ярмарки, балаганні видовища.

Entertainment має образотворчу складову, звукову форму, знакову систему та, безумовно, колективну природу, але може виступати й формою індивідуалізації та акумуляції колективного досвіду, оскільки не лише накопичує і зберігає традиції, а й у кожну історичну добу пропонує нову форму entertainment, яка віддзеркалює основні особливості соціокультурного життя цієї культурної доби.

Обрядово-ритуальний формат видовища надзвичайно важливий: він поєднує в собі елементи обряду, ритуалу, і релігійний аспект відіграє важливу роль в соціокультурному житті кожної історичної доби. Арнольд ван Геннеп, французький етнолог, у своїй праці The Rites of Passage зазначав, що обряд символізує відповідну дію людини або групи людей, які, проводячи обряд, хочуть засвідчити соціально важливі події в їх житті [13]. На думку дослідника, обряд виник як уособлення важливої події в соціальних відносинах. З допомогою обряду людина переходить під одного певного стану до іншого [13].

Обряд виступає специфічним засобом відображення, закріплення та відтворювання соціальних і духовних цінностей (І. Фурсін); обряд створює можливість для функціонування суспільних відносин (Н. Закович); церковним обрядом вважають спадок (духовний, богословський) у культурі різних народів, уособлений у способі практикування віри, яка властива для кожної Церкви. Не завжди entertainment виконує розважальну функцію. У Середньовіччі, наприклад, видовище здебільшого мало обрядово-ритуальний характер і відігравало велику роль у соціокультурному житті, підкреслюючи владу церкви, а також слугувало зміцненню королівської влади.

Видовище як обряд, як його форму, розглядає В. Горовий [3]. Він керується тезою, що поховальні обряди існували навіть у часи неоліту, навіть у той період відтворювали символічні конкретні стереотипні дії, які уособлювали уявлення людей того періоду про смерть. Тож обрядовий формат entertainment, тобто видовища, має символічну природу. Обряд – це дія, яка постає як символ певних

соціальних ідей і цінностей (В. Корчагіна, І. Суханов). Саме символічний характер обрядового формату видовища відрізняє його від розважального, мистецького, агонального, балаганного форматів. Традиція, свято і звичай, хоч і містять у собі обрядові елементи, не мають символічного характеру та не зводяться до обрядів (Ю. Францев). Видовище як обряд і соціальне явище розглядає А. Пономарьов, дослідник характеризує «обряд як сукупність традиційних умовних дій, котрі в образно-символічній формі виражають установлені зв'язки людей з природою та поміж собою» [7]. Український дослідник В. Горовий зазначає, що «особливістю обряду є синтез у ньому різних видів мистецтв, що дає можливість впливати не тільки на розум, але й на почуття учасників» [3]. Обрядовий entertainment віддзеркалює найважливіші події соціального та духовного життя етносу.

Ритуал (переклад з латинської – релігійний обряд) Арнольд ван Геннеп визначив як «послідовні символічні дії, обряди, визначені традицією» [13]. Французький етнолог розрізняє магічний, релігійний та світський ритуал. Entertainment – це відповідна форма ритуалу, магічні видовища мали на меті практичний результат, на об’єкт впливали через знак, це могло бути в присутності групи людей. Поодинокий магічний ритуал не міг виступати формою видовища, як приклад, зображення тварини могли спеціально уразити, щоб була вдача на полюванні. Релігійний ритуал як форму видовища виконували в релігійній громаді, він мав вигляд поклоніння божеству, принесення жертви, миропомазання. Світський ритуал як форма видовища – символічна дія, за допомогою якої відбувався взаємозв’язок суспільства й людини (Е. Дюркгейм, Арнольд ван Геннеп), однак Дж. Фрезер зазначає, що ритуал виникає як спосіб магічного впливу на світ, а міф з'являється для обґрунтування ритуалу, що ритуал є частиною обряду і має ознаки демонстративності [4; 13].

Entertainment як форма ритуалу включає в себе не лише ритуал поклоніння божеству, а й церемонії коронації, шлюбу, похорон. Церковний обряд як одна з форм видовища теж має право на існування, як зовнішній вияв віри в Бога та можливість поклонятися йому.

Християнство, яке було запозичене Київською Руссю від Візантії, особливу роль приділяло церкві й церковним обрядам як засобу зміцнення княжої влади. У контексті соціокультурного життя Київської Русі обрядово-ритуальний entertainment, тобто обрядово-ритуальні видовища, як, наприклад церковні обряди, виконували особливу й головну роль. А однією з образотворчих складових обрядово-ритуального видовища в Київській Русі, наприклад церковного обряду, виступали ікони. Підкреслюємо, однією з образотворчих складових, оскільки й фрески, і мозаїки також відігравали свою роль, але саме ікони не тільки були статичними елементами, тобто не лише знаходились у церкві, а їх використовували в процесі самого обрядового дійства.

Запозичений у Візантії іконопис як вид станкового живопису спочатку був зорієнтований на візантійські канони й традиції. Але вже наприкінці XI століття зароджуються традиції Київської іконописної школи, одним із видатних засновників якої стає Алімпій Печерський. Ікони мали свою специфіку, яка відрізняла їх від монументального розпису. Візантійські ікони, наприклад, «виконують надскладне завдання – представити живих, реальних історичних людей у сяянні вічної святості. Звідси й така залюбленість у золоте тло і навіть поява мозаїчних молільних станкових ікон. З іншого боку, важливо представити на іконі не бездуховну маску людини чи святого, а особу, тому така особлива увага приділяється ликам святих, їх жестам, атрибутам і відповідним підписам. Урочистість зображуваних подій та постатей християнська культура запозичувала із відповідного історичного контексту – церемоніалу імператорського двору» [10]. В іконах часів Київської Русі спочатку не зображали обрядово-ритуальні видовища, акцент робили на створення психологічного образу та знаходження колірного рішення.

Не лише сам церковний обряд виступав як видовище, є і інший аспект, коли живописці поступово намагалися відтворити на іконі видовище: цьому присвячені такі сюжети, як: Різдво, Стрітення Господнє, В'їзд у Єрусалим, Хрещення та ін.

Першу інформацію стосовно київських іконописців ми отримуємо з Києво-Печерського патерика, це були Григорій та Аліпій, про їх діяльність писало багато українських дослідників, зокрема Наталя Яковенко, Григорій Логвин, Ярослав Запаско [5; 6; 11]. Дослідники пов’язують з Київською іконописною школою часів Княжої доби такі ікони, як: Велика Панагія (поч. XII ст), «ікона Богородиці з Дитям на троні із пристоячими Антонієм та Теодозієм Печерськими теж могла належати пензлю майстра Алімпія» – стверджує Марія Цимбаліста, «…незважаючи на значні втрати, – ікона спиляна зверху і знизу, також помітні значні потертості фарбового шару, – іконографія образу подібна до урочистої декоративності київської малярської школи. Поза тим, на місцеве походження ікони вказує живе, практично портретне вирішення ликів святих. Також незвично реалістично представлені пропорції фігур – постать

Богородиці, що возсідає на високому двоярусному троні вкорочена порівняно із видовженими фігурами пристоячих отців» [10]. Важливу роль відіграють ікони, присвячені святим у військових обладунках, оскільки їх вважали покровителями князя і дружини перед битвами, під час церковних обрядів молебнів перед битвами, цим іконам приділяли особливу увагу. Однією з таких збережених ікон Київської Русі вважають ікону святого Георгія Побідоносця (перша пол. XI ст.). «Більшість науковців погоджуються в тому, що ікона повстала в київському художньому середовищі, адже стилістично та композиційно вона близька до оздоблення Софії Київської, – тож її можна датувати серединою XI ст. На іконі ми бачимо півфігурне зображення святого згідно з візантійською іконографією – у військових обладунках та червоному плащі, в руках – спис і меч» [10].

У контексті нашого дослідження неможливо не згадати іконографічний образ святого воїна Димитрія Солунського. Г. Логвин стверджує, що ікона датована другою половиною XI ст., а В. Антонова, що – XII ст. Обидва дослідники пов'язують цю ікону з київською художньою школою. Особливо цікавим є зауваження Г. Логвина, який акцентує на зв'язку ікони з періодом правління князя Ізяслава (Дмитра) Ярославича, коли князь закладає храм святого Димитрія в Києві [5].

Також Наталя Яковенко, Григорій Логвин та Ярослав Запаско стверджують, що київський вплив, або київське місцеве походження, було помічене на деяких стилістично подібних, «візантинізуючих» іконах другої половини XII ст. Вони мають на увазі ікону «Устюзьке Благовіщення», «незвичною іконографічною особливістю цього образу є зображення Ісуса Христа Еммануїла на лоні Марії та Христа у типі Ветхий Деньми у відкритому сегменті неба» [10]. Також ідеться про двосторонню ікону Спаса Нерукотворного Поклоніння Хресту та образ Ангела, відомого як Ангел Золоте волосся. Дослідники припускають, що ікона перших місцевих святих – князів страстотерпців Бориса і Гліба (кін. XII–XIII ст., про святих) має київське походження.

Безперечно, культура Київської Русі є колискою сучасною української культури, й іконопис як унікальне явище зберігає і транслює наші духовні цінності, але також і виступає в контексті обрядово-ритуального entertainment засобом морально-естетичного виховання. Ікона не лише є окремим твором мистецтва, а й образотворчою складовою цього унікального видовища – церковного обряду, який супроводжує людину-віряннина все життя. Соціокультурне життя Київської Русі одним із базисів своєї сутності вбачало церкву як частину суспільного життя, як засіб зміцнення княжої влади, а також просвітництва (церковні школи), й оцінити роль церкви без іконопису достатньо складно. Ікона має свою знакову символічну мову, вона є відповідним кодом. Має свої символи та кольори. Київська школа іконопису створила свій унікальний стиль: запозичивши візантійську традицію, київські майстри додали лагіднішу інтерпретація лиць, більш світлий колорит, та, як зазначає М. Волосюк у своїй статті «Історія розвитку іконопису на теренах Київської Русі», київські майстри виконували «…майстерне накладання золота на тло ікон, ареоли та прикраси риз, особливо Ісуса Христа та Богородиці. Ця техніка називається «асист», коли делікатні прошарки золота накладаються на ризи» [1].

Наукова новизна статті полягає в тому, що вперше розглянуто іконопис як один з елементів образотворчої складової обрядово-ритуального entertainment у контексті соціокультурного життя Київської Русі.

Висновки. Герменевтичний метод трактування поняття entertainment дає змогу не звужувати його значення до терміна розваги. У лінгвістичному й мистецтвознавчому аспекті цей термін трактують як видовище, і співвідносно цій інтерпретації має декілька видів, основні з яких: обрядово-ритуальний, мистецький, агональний і балаганний. У статті акцентовано на обрядово-ритуальному форматі entertainment і його образотворчій складовій за часів соціокультурного життя Київської Русі. Обрядово-ритуальний формат видовища надзвичайно важливий: поєднуючи в собі й елементи обряду, ритуалу, і релігійний аспект, він відіграє важливу роль у соціокультурному житті кожної історичної доби. Розглянуто трактування обряду та ритуалу в працях Арнольда ван Геннепа, І. Фурсіна, Н. Заковича, В. Горового, Е. Дюркгейма. Визначено, що саме символічний характер обрядово-ритуального формату видовища відрізняє його від розважального, мистецького, агонального, балаганного форматів. Зазначено, що церковний обряд як одна з форм видовища теж має право на існування як зовнішній вияв віри в Бога та можливість поклоніння йому. Отже, однією з образотворчих складових обрядово-ритуального видовища в Київський Русі, наприклад церковного обряду, виступали ікони, які мали свою знаково-символічну мову. Розглянуто традиції Київської іконописної

школи часів Княжої доби, особливості стилю та основні ікони того періоду, що дає змогу визначити, що іконопис є однією з образотворчих складових обрядово-ритуального entertainment у соціокультурному житті Київської Русі.

Література

1. Волосюк М. Історія розвитку іконопису на теренах Київської Русі. URL: https://cutt.ly/zN7y9Lw (дата звернення: 30.10.2022).
2. Воропай О. Звичаї нашого народу. Мюнхен: Українське видавництво, 1958. Т. 1. 310 с.
3. Горовий В. М. Обряди в системі релігійного культу і особливості їх функціонування в сучасних умовах : дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. Київ, 1989. 149 с.
4. Дюркгайм Е. Первісні форми релігійного життя: тотемна система в Австралії. Київ : Юніверс, 2002. 423 с.
5. Логвин Г. Монументальне мистецтво, іконопис, книжкова мініатюра: історія української культури. Т. 1. Київ, 2001. 1136 с.
6. Запаско Я. Пам'ятки книжкового мистецтва: українська рукописна книга. Львів, 1995. 480 с.
7. Пономарьов А. Українська етнографія : курс лекцій : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Либідь, 1994. 316 с.
8. Саган О. Обряди релігійні. *Філософський енциклопедичний словник* / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України: Абрис, 2002. 742 с.
9. Чубатий М. Княжа Русь-Україна і виникнення трьох східнослов'янських націй / Наукове Товариство ім. Т. Шевченка. Нью-Йорк – Париж : Організація Оборони Чотирьох Свобід України 1964. 159 с.
10. Цимбаліста М. Сакральне мистецтво Київської Русі «під знаком візантійської цивілізації». URL: https://risu.ua/sakralne-mistectvo-kijivskoji-rusi-pid-znakom-vizantiyskoji-civilizaciji_n86692 (дата звернення: 20.10.2022).
11. Яковенко Н. Нарис історії України з найдавніших часів до кінця XVIII століття. Київ, 1997. 312 с.
12. Arvind Singhal, Michael J. Cody, Everett M. Rogers, Miguel Sabido. Entertainment-Education and Social Change: History, Research, and Practice. Taylor & Francis, 2008.
13. Arnold van Gennep. The Rites of Passage. University of Chicago Press, 1960. 180 c.
14. The Glory of Byzantium: Art and Culture of the Middle Byzantine Era, A.D. 843–1261. Metropolitan Museum of Art, 1997. 574 p.
15. Shay Sayre, Cynthia King. Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations. New York : Routledge, 2010. 653 p.

References

1. Volosyuk, M. The history of the development of icon painting in the territories of Kyivan Rus. Retrieved from: https://cutt.ly/zN7y9Lw [in Ukrainian].
2. Voropai, O. (1958). Customs of our people. Munich: Ukrainian Publishing [in Ukrainian].
3. Horovy, V. M. (1984). Rituals in the system of religious worship and peculiarities of their functioning in modern conditions. Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
4. Durkheim, E. (2002). Primitive forms of religious life: Totem system in Australia. Kyiv [in Ukrainian].
5. Logvin, H. (2001). Monumental art, icon painting, book miniature: History of Ukrainian culture. Vol. 1. Kyiv [in Ukrainian].
6. Zapasko, Y. (1995). Sights of book art: Ukrainian handwritten book. Lviv [in Ukrainian].
7. Ponomaryov, A. (1994). Ukrainian ethnography: a course of lectures: education. manual for students higher education closing. Kyiv [in Ukrainian].
8. Sagan, O. (2002). Religious rites. Philosophical encyclopedic dictionary / V. I. Shinkaruk (chief editor) and others. Kyiv [in Ukrainian].
9. Chubaty, M. (1964). Prince Rus-Ukraine and the emergence of three East Slavic nations. Scientific Society named after Shevchenko Organization for the Defense of the Four Freedoms of Ukraine. New York – Paris [in Ukrainian].
10. Tsimbalista, M. Sacred art of Kyivan Rus "under the sign of Byzantine civilization". Retrieved from: https://risu.ua/sakralne-mistectvo-kijivskoji-rusi-pid-znakom-vizantiyskoji-civilizaciji_n86692 [in Ukrainian].
11. Yakovenko, N. (1997). An outline of the history of Ukraine from the earliest times to the end of the 18th century. Kyiv [in Ukrainian].
12. Arvind, Singhal, Michael J., Cody, Everett, M. Rogers, Miguel, Sabido (2008). Entertainment-Education and Social Change: History, Research, and Practice. Taylor & Francis [in English].
13. Arnold, van Gennep. (1960). The Rites of Passage. University of Chicago Press [in English].
14. The Glory of Byzantium: Art and Culture of the Middle Byzantine Era, A.D. 843–1261. Metropolitan Museum of Art, 1997. 574 p. [in English].
15. Shay, Sayre, Cynthia, King. (2010). Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations. New York: Routledge [in English].

Стаття надійшла до редакції 12.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 21.11.2022

УДК 316.7+7.072.2
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270570

Цитування:
Капшукова О. С. Соціокультурні аспекти репрезентації культурної спадщини М. П. Глущенка. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 146–151.

Kapshukova O. (2022). Socio-Cultural Aspects of Representing M. P. Hlushchenko`s Cultural Heritage. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 146–151 [in Ukrainian].

Капшукова Олена Сергіївна,
аспірантка Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв,
старша наукова співробітниця
КЗК «Дніпровський художній музей» ДОР
https://orcid.org/0000-0003-0833-2993
len.kapshukova@gmail.com

СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ М. П. ГЛУЩЕНКА

Мета роботи – виявити закономірності формування соціокультурної та мистецтвознавчої діяльності в контексті досліджень і репрезентацій матеріальної культурної спадщини М. П. Глущенка. **Методологія дослідження** ґрунтується на культурно-історичному, аналітичному, синтетичному та порівняльному методах для окреслення подібностей та виокремлення розбіжностей у процесах соціокультурної діяльності, пов'язаної з постаттю, мистецьким доробком та особистим архівом М. П. Глущенка. **Наукова новизна.** На основі аналізу, синтезу й порівняння основних виставкових і видавничих проєктів, публіцистичної діяльності, присвячених 120-річному ювілею Миколи Глущенка, окреслено пріоритетні вектори діяльності фахівців соціокультурної сфери. За допомогою культурно-історичного методу виявлено залежність соціокультурної діяльності в процесі репрезентації культурної спадщини М. П. Глущенка відповідно до суспільних потреб. **Висновки.** Протягом 30 років з відновлення незалежності України закріпилася традиція презентації соціокультурних проєктів до ювілеїв митця, імовірно, запозичена з радянських часів. Тобто актуалізація культурної спадщини М. П. Глущенка відбувається циклічно, кожні п'ять років. На сьогодні кількість відкритих, але досі не досліджених архівних документів зростає щороку; і переважно їх долучають до наукового обігу без належної систематизації та опрацювання. Традиційно виставкова діяльність, а саме експонування деяких окремих частин творчого доробку М. П. Глущенка, відбувається на регіональному рівні. Основні наукові розвідки навколо спадщини М. П. Глущенка були зроблені в суміжних наукових галузях: історії, культурології, архівній справі. Дослідницьку діяльність вчені провадять недостатньо, відповідно культурна спадщина М. П. Глущенка досі залишається маловивченою, хоч посідає виняткове місце в історії українського мистецтва ХХ століття та заслуговує на особливу увагу й детальніше сучасне мистецтвознавче дослідження. Наразі найвагомішим внеском у вивчення та репрезентацію культурної спадщини М. П. Глущенка в царині соціокультурного проєктування вважаємо оприлюднення інформації з обмеженим доступом – архівних документів та мистецького доробку.

Ключові слова: Микола Глущенко, соціокультурне проєктування в мистецтві, матеріальна культурна спадщина, мистецький доробок, творча спадщина, українське мистецтво ХХ ст., Дніпропетровський художній музей, Дніпровський художній музей.

Kapshukova Olena, *Postgraduate Student, Department of Art History Expertise, National Academy of Culture and Arts Management, Senior Researcher at Dnipro Art Museum*

Socio-Cultural Aspects of Representing M. P. Hlushchenko`s Cultural Heritage

The purpose of the article is to reveal the regularities of socio-cultural and art history activity formation in the context of researches and representations of M. Hlushchenko`s tangible cultural heritage. **The research methodology** is based on cultural-historical, analytical, synthetic, and comparative methods to outline similarities and highlight differences in processes of socio-cultural activity related to M. Hlushchenko's figure, artistic work, and personal archive. **The scientific novelty.** Based on the analysis, synthesis, and comparison of the main exhibitions, publishing projects, and journalistic activities dedicated to the 120th anniversary of Mykola Hlushchenko, the priority vectors of specialists' activities in socio-cultural sphere have been identified. Dependency of socio-cultural activities in process of representing the M. Hlushchenko`s cultural heritage has been detected through the cultural-historical method in accordance with public needs. **Conclusions**. For 30 years since Ukraine regained its independence, the tradition of presenting socio-cultural projects for artist's anniversaries, probably borrowed from the Soviet times, has been established. In other words, the actualisation of M. Hlushchenko's cultural heritage takes place cyclically, every five years. Today, the number of open, but still unexamined archival documents is growing every year, and mostly they are included in the scientific circulation without proper systematisation and processing. Traditionally, exhibition activity, namely the demonstration of some individual pieces of M. Hlushchenko's creative achievements, occurs at regional level. The main scientific investigations

© Капшукова О. С., 2022

of M. Hlushchenko's heritage has been carried out in related scientific fields, such as history, cultural studies, and archival work. Research activities are held by scientists insufficiently, accordingly, M. Hlushchenko's cultural heritage still remains understudied, although it occupies an exceptional place in the history of Ukrainian art of the 20th century and deserves special attention and more detailed modern art research. Currently, we consider that the most significant contribution to research and representation of M. Hlushchenko's cultural heritage in the field of socio-cultural projecting is publication of information with limited access, in particular archival documents and artistic works.

Key words: Mykola Hlushchenko, Nicolas Gloutchenko, socio-cultural projecting in art, tangible cultural heritage, creative heritage, artistic work, 20th Century Modern Ukrainian Art, Dnipropetrovsk Art Museum, Dnipro Art Museum.

Актуальність теми дослідження. За роки незалежності України було створено низку проєктів соціокультурного спрямування щодо популяризації постаті М. П. Глущенка та репрезентації його мистецького доробку. Фактором підвищеного інтересу до митця стало підтвердження його шпигунського минулого через розсекречення Галузевого державного архіву СБУ [4], а саме документів колишньої радянської спецслужби ВУЧК-ГПУ-НКВД-КГБ. З того часу у фокусі уваги фахівців соціокультурної сфери перебувають розвідницька діяльність, соціально-політичне й особисте життя митця. Незважаючи на відкритий доступ до частини архівних документів, життєва і творча біографія Миколи Глущенка дотепер містить велику кількість неточностей. Мистецький доробок також залишається маловивченим, попри незліченні зібрання живописних і графічних творів у колекціях державних та приватних культурних установ. Аналіз соціокультурних проєктів до 120-річчя від дня народження М. П. Глущенка сприятиме виявленню закономірностей формування соціокультурної та мистецтвознавчої діяльності. Оприлюднення віднайдених проблем матиме суттєве значення для подальшого розвитку досліджень та репрезентації культурної спадщини М. П. Глущенка.

Аналіз досліджень і публікацій. У результаті вивчення історіографії не виявлено наукових статей з аналізу соціокультурного проєктування в контексті досліджень і представлення культурної спадщини Миколи Глущенка. Також не знайдено наукових публікацій з комплексного дослідження мистецького доробку, особистого архіву й постаті М. П. Глущенка, попри великий обсяг відкритої, не опрацьованої науковцями архівної документації. Зокрема, єдиним прикладом спроби сучасної наукової розвідки на базі архівних документів можна вважати статтю Надії Іванівни Миронець «Володимир Винниченко та Микола Глущенко: до історії взаємин (за щоденниками та листами)» [8]. Авторка здійснює дослідження стосунків двох важливих для української культури особистостей на основі другого тому видання «Щоденника» Володимира Винниченка [3] Канадського інституту українських студій під упорядкуванням Олександра Мотилі.

Загалом наукові статті, пов'язані з постаттю Миколи Глущенка, публікують епізодично. Автори фрагментарно досліджують біографію, образ митця, окремі аспекти його творчого доробку.

Мета роботи – виявити закономірності формування соціокультурної та мистецтвознавчої діяльності в контексті досліджень та репрезентацій матеріальної культурної спадщини М. П. Глущенка.

Виклад основного матеріалу. Соціально-культурна діяльність як складний та багаторівневий процес дає змогу визначити цілі та засоби роботи фахівців соціокультурної і мистецтвознавчої сфер [5, 19], а отже, і зміст проєктної діяльності в контексті досліджень та репрезентацій спадщини М. П. Глущенка.

Для аналізу соціокультурної сфери було відібрано найвизначніші за масштабом і рівнем підготовки проєкти 2020–2022 років з дослідження та репрезентації культурної спадщини М. П. Глущенка. Ідеться, зокрема, про дослідницькі проєкти на основі архівних матеріалів – видавнича продукція та виставки образотворчого мистецтва на основі предметів художнього значення.

Пріоритетним завданням обрано розгляд виставкових проєктів: за допомогою аналізу, синтезу та порівняння виставок до 120-ї річниці від дня народження митця було окреслено низку схожих рис. Насамперед куратори виставок вирішують певні естетичні завдання з метою емоційного впливу на постійну зацікавлену аудиторію. Про це свідчать включення до експозицій найвиразніших творів, – переважно найбільш шанованої доби творчості художника, 1960–1970-х років, – емотивно навантажені тексти експлікацій та виразні назви виставкових проєктів.

Наприклад, розглянемо виставку «Микола Глущенко. Без віз» [7], що була відкрита в Дніпропетровському художньому музеї (з 2022 р. Дніпровський художній музей) із січня до квітня 2021 року. Куратори виставки, яка експонувалася під час жорстких обмежень, пов'язаних з пандемією коронавірусної

хвороби, запропонували відвідувачам «насолодитися теплими й неймовірно натхненними краєвидами – європейськими та українськими» [7]. Експозиція виставки об'єднала чотири десятки живописних полотен, «виконаних переважно в час чи не найпліднішої творчої праці митця»[7].

Переважно експлікації виставкових проєктів складаються з декількох частин: концепції проєкту та скороченої біографії Миколи Глущенка. На особливу увагу заслуговують тексти, що доповнені мистецтвознавчими рефлексіями кураторів, наприклад експлікація до виставки «"Остання свобода": пізні етюди Миколи Глущенка» [9] в Одеському художньому музеї. Судження авторів – «експресіоністична тенденція у поєднанні з радикальним колоризмом характерні для пізнього Глущенка» [9] – та порівняння твору Миколи Петровича «Карлів міст у Празі» з дунайськими мостами австрійця Оскара Кокошки [9], можливо, слушні, але зазвичай не аргументовані. Експозиція виставки налічувала 31 живописну й графічну роботу з фондів Одеського художнього музею та була доступна до перегляду на межі 2020–2021 років.

У процесі дослідження виокремимо виставкові проєкти, які, на відміну від більшості, за ступенем взаємодії культурних інституцій вийшли за межі регіонального рівня.

Передусім відзначмо виставку «Ризик свободи» [12] – спільний проєкт Дніпропетровського художнього музею та Полтавського художнього музею (галереї мистецтв) ім. Миколи Ярошенка. Експозиція виставки в Полтавському художньому музеї охопила більшість робіт М. П. Глущенка з колекції, яку створив митець у другій половині 1970-х років, і була доповнена творами 1960 – першої половини 1970-х років з фондів Дніпропетровського художнього музею.

Також згадаймо «Барви XX століття» [2] – спільний мистецький проєкт Національного музею у Львові ім. Андрея Шептицького та Галереї Ню Арт (м. Київ). Виставка була реалізована одночасно на двох музейних локаціях у м. Львів: до експозиції в головній будівлі музею (проспект Свободи, 20) увійшли роботи М. П. Глущенка з приватної колекції Едуарда Димшиця, а в історичному комплексі (вул. М. Драгоманова, 42) було представлено твори митця із зібрання Національного музею у Львові імені Андрея Шептицького [2]. Експозиції двох виставкових майданчиків об'єднували майже всі періоди творчості митця, починаючи з останньої чверті 1920-х до 1970-х років.

Обидва проєкти було відкрито наприкінці 2021 року, як зазначають куратори, подібні покази робіт Миколи Глущенка за масштабністю представленого матеріалу відбувалися вперше як у Полтаві, так й у Львові.

Виставка живопису Миколи Глущенка «Сонячні краєвиди, сонячні жінки» [14] з фондової збірки Дирекції художніх виставок України, що відкрилася в «Хлібні» Національного заповідника «Софія Київська» навесні 2021 року, також є прикладом вдалого співробітництва декількох інституцій з метою репрезентації маловідомої частини мистецького доробку художника. Слід зазначити, що на виставці було представлено твори митця 1950–1970-х років, які традиційно є найбільш очікуваними в експозиціях. Назва виставки – цитата з відгуку української письменниці Софії Яблонської про персональну виставку М. П. Глущенка у Львові 1934 року [14], – можливо, використана авторами проєкту через емотивність.

Дотепер виставки творів образотворчого мистецтва – традиційна форма представлення творчої спадщини М. П. Глущенка, особливо фондових колекцій державних і приватних установ. Огляд основних виставкових проєктів 2020–2022 років довів традиційність створення виставок до ювілейної дати, що, імовірно, є рудиментом часів СРСР. Мета переважної більшості подібних мистецьких заходів – презентація найкращих творів з колекції за місцем зберігання. Вагомий внесок подібної соціокультурної діяльності полягає в репрезентації творчої спадщини митця та введенні її в науковий обіг для подальшого опрацювання дослідниками.

Вагомим для розвитку соціокультурного проєктування в контексті досліджень та представлення культурної спадщини М. П. Глущенка є оприлюднення інформації з обмеженим доступом. Наприкінці 2021 року був надрукований альбом-каталог «Колекція творів Миколи Глущенка із зібрання Дніпропетровського художнього музею» [1] під упорядкуванням заступника директора з наукової роботи музею Сергія Несмачного. Образотворче видання містить якісні репродукції та вичерпні каталожні дані всієї колекції живописних та графічних творів Миколи Глущенка з фондів Дніпровського художнього музею.

Важливим внеском для майбутніх

наукових досліджень стало оприлюднення 2022 року основного масиву архівної справи Миколи Глущенка № 88160 [4] – Галузевого державного архіву СБУ в чотирьох томах. Також Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України частково оприлюднив особистий фонд митця № 49 [15] на онлайн-виставці «Ритми і рими кольору» [13], де представлені ескізи, малюнки з альбомів, роботи Миколи Глущенка з музейної колекції, світлини з архівних фондів [13]. Матеріали зазначених архівів потребують ґрунтовного наукового вивчення, систематизації та аналізу.

Пошук соціокультурних проєктів до 120-річчя від дня народження М. П. Глущенка дав змогу виявити також два науково-популярних друкованих видання. Книга науковиці Богдани Пінчевської «Микола Глущенко» [10] із серії «Знамениті Українці» видавництва Фоліо 2021 року видання містить 128 сторінок життєпису митця. Біографічне видання дослідниці Катерини Лебедєвої «Микола Глущенко – художник і шпигун» [6], як зазначає авторка в анотації, «перша, вичерпна, захоплива – біографія Миколи Глущенка… Заснована на публікаціях, на секретних матеріалах з Галузевого державного Архіву СБУ, розповідях тих, хто особисто знав Миколу Петровича, з ексклюзивними фотографіями і репродукціями, ця книжка розрахована на широкий читацький загал» [6, 2]. Подібність цих видань полягає в залученні історичних біографічних документів, огляді розвідницької діяльності, соціально-політичного та особистого життя. Тексти єднає сюжетна побудова та наявність стилістично забарвлених мовних одиниць, що полегшує сприйняття інформації широким колом читачів. В означеній видавничій діяльності також відмічаємо тенденцію до активізації напередодні ювілейної дати митця. Відзначимо важливість оприлюднення великого закритого масиву архівної справи М. П. Глущенка, що стало складовою видання Катерини Лебедєвої.

Посилений інтерес суспільства до постаті Миколи Глущенка викликаний появою значної кількості навколо біографічних публікацій в українських новинних громадсько-політичних інтернет-порталах, серед яких «Історична правда» (istpravda.com.ua), Газета «День» (m.day.kyiv.ua), Радіо «Свобода» (radiosvoboda.org) та ін. Наразі пошукова система Google індексує 113 тис. згадок за запитом «Микола Глущенко». Статті та дописи журналістів переважно стосуються розвідницької діяльності, унаслідок чого широка аудиторія читачів онлайн-ресурсів отримує обмежену інформацію і формує хибне враження про образ Миколи Петровича. Тож наразі публіцистична діяльність має найбільший вплив через широку аудиторію та, імовірно, сприяє найбільшій дезінформації щодо постаті М. П. Глущенка.

Незважаючи на Постанову Верховної Ради України [11] щодо відзначання на державному рівні 120-ї річниці від дня народження Миколи Петровича Глущенка, було здійснено соціокультурні проєкти на регіональному рівні.

Висновки. У результаті проведеної роботи виявлено низку закономірностей формування соціокультурної та мистецтвознавчої діяльності, що впливають на дослідження і репрезентацію матеріальної культурної спадщини Миколи Глущенка.

Традиція представлення соціокультурних проєктів до ювілеїв митця, імовірно, запозичена з радянських часів. Тобто актуалізація культурної спадщини М. П. Глущенка відбувається циклічно, кожні п’ять років.

Кількість відкритих, але досі не досліджених архівних документів зростає щороку, і переважно їх долучають до наукового обігу без належної систематизації та опрацювання. Метою фахівців є виявлення та публікація архівних документів, натомість основні наукові завдання залишаються без належної уваги дослідників.

Виставкова діяльність, а саме експонування деяких окремих частин творчого доробку М. П. Глущенка, відбувається на регіональному рівні. Наразі достеменно не відома точна кількість творів мистецтва в державних і приватних колекціях України та світу.

Наукову діяльність вчені провадять украй нерівномірно, культурна спадщина Миколи Глущенка досі залишається маловивченою, хоч посідає виняткове місце в історії українського мистецтва ХХ століття та заслуговує на особливу увагу й детальне сучасне мистецтвознавче дослідження. Основні наукові розвідки навколо спадщини М. П. Глущенка були зроблені в суміжних наукових галузях – історія, культурологія, архівна справа.

На сьогодні найвагомішим внеском у дослідженні та репрезентації культурної спадщини М. П. Глущенка в царині соціокультурного проєктування необхідно вважати оприлюднення інформації з обмеженим доступом – архівних документів та

мистецького доробку. Наступним кроком має бути здійснення комплексного наукового опрацювання архівних документів і мистецтвознавчого дослідження творчості митця. Така робота слугуватиме запорукою вдосконалення науково-популярних праць, виставкових та видавничих проєктів, долання формалізму авторів (письменників, журналістів) і кураторів, коректного ставлення майбутніх працівників соціокультурної та мистецтвознавчої сфери до культурної спадщини й постаті Миколи Глущенка.

Література

1. Альбом-каталог «Колекція творів Миколи Глущенка із зібрання Дніпропетровського художнього музею» / упоряд. С. М. Несмачний. Дніпро : Сігматрейд, 2021. 108 с.

2. Барви XX століття: спільний мистецький проєкт Національного музею у Львові ім. Андрея Шептицького та Галереї Ню Арт (м. Київ). URL: https://nml.com.ua/exhibition/mikola-glushhenko-barvi-hh-stolittya/ (дата звернення: 28.05.2022).

3. Винниченко В. К. Щоденник : в 4 т. / ред. вид.: Г. О. Костюк ; упоряд. О. Д. Мотиль. Едмонтон – Нью-Йорк : КІУС, УВАН, 1983. Т. 2: 1921–1925. С. 700.

4. ГДА СБ України (Галузевий держ. архів Служби безпеки України). Ф. 60. Спр. 88160. Т. 1–4.

5. Івановська Н. В., Шульгіна В. Д., Яковлев О. В. Соціокультурне проектування в мистецтві: теорія та практика : підручник. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2018. 196 с.

6. Лебедєва К. В. Микола Глущенко – художник і шпигун. Харків – Київ : Видавець Олександр Савчук; Бібліотека українського мистецтва, 2022. 160 с.

7. Микола Глущенко. Без віз: виставка творів живопису в Дніпропетровському художньому музеї. URL: https://artmuseum.dp.ua/?p=8820 (дата звернення: 28.05.2022).

8. Миронець Н. І. Володимир Винниченко та Микола Глущенко: до історії взаємин (за щоденниками та листами). *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики* : зб. наук. пр. до 80-річчя професора М. Ф. Дмитрієнко / відп. ред. Г. В. Боряк ; упоряд. В. В. Томазов. Київ, 2015. Ч. 26–27. С. 255–283.

9. «Остання свобода»: пізні етюди Миколи Глущенка: виставка в Одеському художньому музеї. URL: https://www.ofam.org.ua/hlushchenko (дата звернення: 28.05.2022).

10. Пінчевська Б. М. Микола Глущенко. Харків : ЛА «Час читати», 2021. 127 с.

11. Про відзначення пам'ятних дат і ювілеїв у 2021 році : Постанова Верховної Ради України від 15.07.2021 № 1656-IX. *Відомості Верховної Ради* (ВВР). 2021. № 17. Ст. 155.

12. Ризик свободи: спільний мистецький проєкт Полтавського художнього музею (галереї мистецтв) імені Миколи Ярошенка та Дніпропетровського художнього музею. URL: https://www.gallery.pl.ua/mikola-glushhenko-rizik-svobodi.html (дата звернення: 28.05.2022).

13. Ритми і рими кольору Миколи Глущенка : онлайн-виставка з музейної колекції та архівних фондів ЦДАМЛМ України. URL: https://csamm.archives.gov.ua/2021/09/17/rytmy-i-rymy-koloru-mykoly-hlushchenka/ (дата звернення: 28.05.2022).

14. Сонячні краєвиди, сонячні жінки: виставки з фондів Дирекції художніх виставок України у «Хлібні» Національного заповідника «Софії Київської». URL: https://st-sophia.org.ua/uk/novini/u-hlibni-vidkrivayetsya-vistavka-zhivopisu-mikoli-glushhenka-sonyachni-krayevidi-sonyachni-zhinki/ (дата звернення: 28.05.2022).

15. ЦДАМЛМ України (Центр. держ. архів-музей літератури і мистецтва України). Ф. 49. Оп. 1,2.

References

1. Nesmachnyi, S. M. (Ed.) (2021). Album-catalogue «Collection of Mykola Hlushchenko's artworks from the Dnipropetrovsk Art Museum`s collection». Dnipro: Sihmatreid [in Ukrainian].

2. Colors of the 20th century. (2021). Joint art project of the National Museum in Lviv named after Andrey Sheptytskyi and Nu Art Gallery. Retrieved from: https://nml.com.ua/exhibition/mikola-glushhenko-barvi-hh-stolittya/ [in Ukrainian].

3. Vynnychenko, V. K. (1983). Diary: in 4 Vols. Kostiuk, H. O., Motyl, A. J. (Ed.). Vol. 2: 1921–1925. Edmonton – New York: CIUS, UVAN [in Ukrainian].

4. SSA SSU (Sectoral State Archives of the Security Service of Ukraine). F. 60. C. 88160. Vols. 1–4 [in Ukrainian].

5. Ivanovska, N. V., Shulgina, V. D., Yakovlev, O. V. (2018). Socio-culturalprojecting in art: theory and practice. Kyiv: NAKKKiM [in Ukrainian].

6. Lebedieva, K. V. (2022). Mykola Hlushchenko – the artist and the spy. Kharkiv – Kyiv : Vydavets Oleksandr Savchuk; Biblioteka ukrainskoho mystetstva [in Ukrainian].

7. Mykola Hlushchenko. Visa-free. (2021). Exhibition of paintings in Dnipropetrovsk Art Museum. Retrieved from: https://artmuseum.dp.ua/?p=8820 [in Ukrainian].

8. Myronets, N. I. (2015). Volodymyr Vynnychenko and Mykola Hlushchenko: to the history of relations (according to diaries and letters). Special historical disciplines: questions of theory and methodology: collection of scientific works for the 80th anniversary of Professor M. F. Dmitrienko. H. V. Boriak, V. V. Tomazov (Eds). Kyiv [in Ukrainian].

9. «The last freedom»: late sketches of Mykola Hlushchenko. (2020). Exhibition in Odessa Art Museum. Retrieved from: https://www.ofam.org.ua/

hlushchenko [in Ukrainian].

10. Pinchevska, B. M. (2021). Mykola Hlushchenko. Kharkiv: LA «Chas chytaty» [in Ukrainian].

11. On Celebration of Memorable Dates and Anniversaries in 2021. (July 15, 2021). Resolution of Verkhovna Rada of Ukraine of № 1656-IX. Bulletin of Verkhovna Rada of Ukraine [in Ukrainian].

12. The risk of freedom. (2021). Joint art project of Poltava Art Museum (Art Gallery) named after Mykola Yaroshenko and Dnipropetrovsk Art Museum. Retrieved from: https://www.gallery.pl.ua/mikola-glushhenko-rizik-svobodi.html [inUkrainian].

13. Mykola Hlushchenko's Rhythms and Rhymes of Color. (2021) Online exhibition from museum collection and archival funds of Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine. Retrieved from: https://csamm.archives.gov.ua/2021/09/17/ rytmy- i-rymy-koloru-mykoly-hlushchenka/ [in Ukrainian].

14. Sunny landscapes, sunny women. (2021). Exhibitions from funds of Directorate of Art Exhibitions of Ukraine in «Khlibnya» of National Reserve "Sofia of Kyiv". Retrieved from: https://st-sophia.org.ua/uk/novini/u-hlibni-vidkrivayetsya-vistavka-zhivopisu-mikoli-glushhenka-sonyachni-krayevidi-sonyachni-zhinki/ [inUkrainian].

15. CSAMLAU (Central State Archive-Museum of Literature and Art of Ukraine). F. 49. Ser. 1,2.

Стаття надійшла до редакції 10.10.2022
Отримано після доопрацювання 11.11.2022
Прийнято до друку 18.11.2022

УДК 130.2 “19/20”
DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270571

Цитування:
Павловська С. Я. Мова українських апокрифів як культурний код. *Культура і сучасність :* альманах. 2022. № 2. С. 152–160.

Pavlovska S. (2022). Language of Ukrainian Apocrypha as a Cultural Code. Kultura i suchasnist: almanakh, 2, 152–160 [in Ukrainian].

Павловська Соломія Ярославівна,
студентка факультету мистецтв
Університету Альберти (Канада)
https://orcid.org/0000-0002-4473-6322
solomiia@ualberta.ca

МОВА УКРАЇНСЬКИХ АПОКРИФІВ ЯК КУЛЬТУРНИЙ КОД

Мета роботи – розкрити комунікативний аспект перекодування апокрифів у полі української культури. **Методологія дослідження.** Відповідно до дослідницької стратегії в роботі використано комплекс загальнонаукових методів і методів лінгвістичної культурології. Концептуальним методологічним ядром дослідження є діалогічний метод, за допомогою якого проаналізовано зв’язок апокрифічного коду з кодом конкретної культури; досліджено процес реінтерпретації української апокрифічної літератури в хронотопі. **Наукова новизна.** Уперше науково обґрунтовано, що український апокриф є: 1) відкритою системою, орієнтованою на діалог культур з різними кодами; 2) однією з форм кодування, що дає змогу ідентифікувати конкретний культурний зріз; 3) інтертекстом, котрий інтегрує: інваріантний комплекс текстів, які базуються на церковних догматах; варіативний текстовий комплекс, детермінований умовами суспільного життя в конкретний часовий період. **Висновки.** Робота присвячена комунікативному аспекту мови українських апокрифів як культурному коду. Висунуто та верифіковано гіпотезу щодо апокрифу як інтертексту. Простежено алгоритм динаміки кодування українських апокрифів у хронотопі. Отримав розвиток концепт щодо дихотомії Схід-Захід у мовному моделюванні та сюжетних лініях українських апокрифів, визначені чинники цієї дихотомії.

Ключові слова: апокриф, культурний код, інваріантність, варіативність, комунікація, реінтерпретація.

Pavlovska Solomiia, *Student, Faculty of Arts, University of Alberta (Canada)*

Language of Ukrainian Apocrypha as a Cultural Code

The purpose of the article is to reveal the communicative aspect of apocrypha recoding in the field of Ukrainian culture. **The research methodology**. According to the research strategy, a set of general scientific methods and methods of linguistic cultural studies have been used in the work. The conceptual methodological core of the study is the dialogical method, through which the connection of the apocryphal code with the code of a particular culture is analysed; the process of reinterpretation of Ukrainian apocryphal literature is investigated in the chronotope. **Scientific novelty.** For the first time it was scientifically proved that the Ukrainian Apocrypha is an open system oriented to the dialogue of cultures with different codes, one of the forms of coding, which allows to identify a particular cultural slice, intertext, which integrates an invariant complex of texts based on church dogmas, as well as a variant text complex, determined by the conditions of social life in a particular time period. **Conclusions.** The reserach is devoted to the communicative aspect of the language of the Ukrainian Apocrypha as a cultural code. The hypothesis of the Apocrypha as an intertext has been put forward and verified.The algorithm of Ukrainian apocrypha encoding dynamics in the chronotope has been traced. The concept of the East-West dichotomy in the linguistic modeling and storylines of Ukrainian apocrypha has been developed and the factors of this dichotomy have been determined.

Key words: apocrypha, cultural code, invariance, variability, communication, reinterpretation.

Актуальність теми дослідження. Сучасний український культурний простір все більш наповнюється реставрацією релігійних засад суспільства, релігійні ідеї активно витискують марксистсько-ленінську доктрину й атеїстичну ідеологію. Однак цей процес відбувається на тлі суттєвих трансформацій релігійної свідомості суспільства. Через антирелігійну політику, що проводилась у радянський період, був перекритий основний канал ретрансляції релігійного знання – від старшого покоління до молодшого: старше покоління свідомо блокувало передавання релігійної інформації наступному поколінню, уникаючи навчання християнському катехізису.

Це зумовило специфіку релігійного світогляду українців: протягом усього XX ст. відбувався поступовий перехід релігійної

© Павловська С. Я., 2022

свідомості з книжкової сфери в обрядову. Така ситуація призвела то того, що знання алгоритму поведінки при виконанні релігійних обрядів стали більш важливими, ніж їх богословська сутність. Виконуючи релігійні ритуали, сучасна молодь часто не розуміє їх сакрального змісту. Тому звернення до основ християнства, його догматів, до канонічної[1] і апокрифічної літератури[2], релігійного мистецтва стає проблемою, надзвичайно важливою для консолідованості українського соціуму. Отже, у фокусі дослідження – український апокриф.

Аналіз досліджень і публікацій. Як об'єкт наукового дослідження українську апокрифічну літературу почали розглядати лише в другій половині XIX ст., однак предметом історико-літературного осмислення вона стала тільки на початку XX ст. *Перший етап* її вивчення (друга половина XIX – початок XX ст.) мав конкретно-емпіричний характер. У результаті польових досліджень (О. Калитовський, О. Калужняцький, О. Назаревський та ін.) була отримана унікальна за своїм характером первинна інформація – історико-культурний матеріал, що склав основу для подальшого дослідження феномену. У цей період було надруковане багатотомне видання І. Франка «Апокрифи і легенди з українських рукописів» [13], до якого ввійшли тексти з рукописних збірників апокрифів XV–XVIII ст. *Другий етап* (перша половина XX ст.) – емпірико-теоретичний. Вивчення українських апокрифів було обмежене переважно дослідженнями їх генези під кутом зору етнографії та мистецтвознавства: вивчали рукописні традиції апокрифічних пам'ятників, систематизували та класифікували артефакти (М. Возняк [2], О. Колесса [6], І. Франко [12], Ю. Яворський [15] та ін.). *На третьому етапі* (друга половина XX ст. – початок XXI ст.) увага була сфокусована на теоретичних аспектах проблеми щодо української апокрифічної літератури: виявляли жанрові форми та функції українських апокрифів, феномен аналізували крізь призму зв'язку з візантійськими, старослов'янськими текстами, а також у контексті національного світогляду [5], досліджували проблему рецепції та інтерпретації апокрифів [8].

Мета роботи – розкрити комунікативний аспект перекодування апокрифів у полі української культури.

Виклад основного матеріалу. Осмислімо апокрифічну літературу під іншим кутом зору – розглянемо зв'язок мови апокрифів з культурним кодом *в історико-культурному аспекті* й дослідимо процес перекодування апокрифів у полі української культури в хронотопі. Для вирішення поставленого завдання представимо цей феномен як складний конструкт – *інтертекст*, як дихотомію інваріантної та варіативної складових. Під інваріантним комплексом у цьому дослідженні будемо розуміти тексти, які в апокрифічній літературі залишаються незмінними в хронотопі. Їх антиподи – варіативні елементи – привносять у твір нові акценти, що веде до видозмінювання апокрифічного тексту в просторово-часовому континуумі.

Інваріантна система апокрифів центрується навколо ключових християнських парадигм: про реальність Бога та існування земної і потойбічної сфер буття (догмат про Універсум); про початок і кінець світу; Святу Трійцю (Бог Отець, Бог Син, Св. Дух). Слід зазначити, якщо догмати про дійсність Бога, який створив світ, про початок і кінець світу не викликали сумніву у вірян, то догмат про єдність трансцендентного й іманентного спричиняв певні труднощі в розумінні й детермінував бурхливі дискусії в християнському світі. Для пояснення зв'язку земного та потойбічного Діонісій Ареопагіт розробив теорію універсуму, згідно з якою, зв'язок Бога з вірянами здійснюється через небесні чини за допомогою духовного Світла, що подолає рубіж між небесним та земним і виявляється в таїнствах Церкви, художніх образах, символах і знаках.

Не менш складним для осмислення був також догмат про три іпостасі Святої Трійці. За віровченням православної церкви, Бог єдиний за сутністю, але триєдиний в особі Бога Отця, Бога Сина та Святого Духа. Св. Григорій Назіанський так розкриває Сутність Святої Трійці на Другому Вселенському Соборі: «Докладності же вчення висловлю скорочено: Безначальне, Начало і Суще з Началом – єдиний Бог. «…» Ім'я Безначальному – Отець, Началу – Син, Сущому разом з Началом – Дух Святий: а єство у Трьох єдине – Бог» [4,108].

Отже, інваріантний комплекс апокрифічної літератури становлять канонічні тексти, що містять у собі культурний код часів зародження християнства як світової релігії та формування її догматичної системи. Зауважимо, що в цьому дослідженні під культурним кодом розуміємо ключ до осмислення конкретного виду культури, що дає змогу отримати інформацію, закодовану в біблійних сюжетах, образах, символах і дає можливість ідентифікувати певний культурний зріз.

Перейдемо до аналізу варіативної складової українських апокрифів і проаналізуємо її в часовій системі координат. За часовим критерієм, апокрифи традиційно диференціюють на Старозавітні, Новозавітні (за аналогією з текстами канонічної Біблії), Церковнослов'янські та апокрифи Нового часу. До них слід також віднести псевдоцерковні апокрифи новітньої історії України. Кожна з цих груп належить до певної культурно-історичної епохи з її іманентним культурним кодом.

Старозавітні тексти – це найбільш ранні апокрифічні пам'ятки елліністичного періоду (IV–I ст. до н.е.) езотеричного характеру. Вони з'явились в іудейському середовищі й були пов'язані з релігійно-моральними та суспільними течіями пізнього іудаїзму. Написані староєврейською або арамейською мовами, ці тексти містять інформацію про старозавітних персонажів (Адама і Єву, Якова, Єноха, Авраама, Мелхіседека та ін.), яка не ввійшла в канонічну літературу.

Новозавітна апокрифічна література зародилась у перші століття нашої ери – в епоху формування християнства, перших вселенських соборів і становлення християнської догматичної системи. Вона носила пояснювальний характер канонічного тексту Біблії, що із часом обростав все новими легендами про земний та хресний шляхи Ісуса Христа, життя Марії та діяння апостолів. Написані спочатку грецькою мовою новозавітні апокрифи потрапляли в проукраїнські землі в старослов'янських перекладах і відбивали близькосхідний, візантійський та балканський світогляди, різні релігійні погляди, літературні та фольклорні традиції.

Церковнослов'янські апокрифи – це тексти апокрифічного змісту, що були написані церковнослов'янською мовою, яку ввели Кирило та Мефодій у країнах слов'янського ареалу в IX ст. В українські землі церковнослов'янські апокрифи потрапили практично одночасно з канонічними книгами та знайомили новонавернених вірян із християнськими догматами, доповнюючи їх поясненнями і яскравими сюжетними подробицями про персонажів та події Старого і Нового Завітів. Книжників приваблював не тільки богословський, а й сюжетний бік християнських текстів, які дали величезний матеріал для формування української літератури.

У*країнські апокрифи Нового часу* відрізняються насамперед мовним моделюванням. Починаючи з кінця XVI ст., на українському ґрунті з'являються перші паростки національної апокрифічної літератури – Учительні Євангелії, складені для засвоєння і популяризації Святого Письма (Скотарське (1588), Ясінківське (1640), Данилевське (1646), Нягівське (1758); Євангелії Івана Капішовського (1660), Степана Плавянського (1668), Петра Колочавського (1737) та ін.) [2, 16–117]. Головною ідеєю, що спонукала українських книжників на їх створення, було прагнення наблизити церковнослов'янські тексти до живої народної мови.

Справа в тому, що канонічна література, яка була викладена грецькою, староєврейською або латинською мовами, залишалася незрозумілою для українського народу. Започатковані Кирилом і Мефодієм церковнослов'янські переклади священних книг (на південномакедонському наріччі) також були йому чужі. А залучення живої народної мови при викладанні та тлумаченні священних текстів робило релігійну думку посильною для сприйняття та засвоєння народом. Як відзначає Ю. Яворський, «для темної і тільки слухаючої публіки цілком достатньо вже було, мабуть, і простих, популярних витягів або переказів із Біблії на живому і більш-менш доступному й барвистому тлі урочистих і усних учительних тлумачень або слів» [15, 140]. За І. Франком, апокрифи були «тим мостом, що провадив розвій національного письменства з-під виключного панування церковщини і більш або менше мертвої церковної мови до свободнійшого руху, до світських тем та інтересів» [13, XXIV]. Отже, варіативність мовного моделювання апокрифів була зумовлена історико-культурним процесом і прагненням адаптувати їх до конкретного народного духовного та мовного середовища.

Проаналізуємо варіативну складову українських апокрифів у просторовій системі координат. Основу дослідження становить парадигма про диференціацію українських земель на східні та західні. Чинники, які зумовили появу цієї гетерогенності, різноманітні: відмінність історичної долі східних і західних регіонів, тривале їх існування в різних імперських системах із різною релігійною спрямованістю; розбіжності

в динаміці соціально-економічного розвитку; неоднаковість у характері й орієнтації міжкультурних контактів; різниця в природних умовах, що визначила специфіку життєдіяльності людей. Ця диференціація детермінувала проблему дихотомії «Схід – Захід» в українській апокрифічній літературі.

Розглянемо питання в *мовному аспекті.* У карпатському регіоні протягом усієї історії поруч мешкали представники різних етносів – українці, угорці, румуни, словаки, поляки. Це зумовило відкритість західноукраїнських апокрифів для сприйняття елементів «чужинних» мовних систем. Зокрема, окремі компоненти чеської мови простежуємо в українському перекладі «Пісні Пісень» (XV–початок XVI ст.), Біблії Ф. Скорини (1517–1519). Сліди польської та чеської мов проступають у Пересопницькому Євангелії (1556–1561), Крехівському Апостолі й Апокаліпсисі Іоанна (друга половина XVI ст.). Численні полонізми бачимо у Волинському Євангелії (1571), Євангелії Валентина Негалевського (1581) та старозавітній біблійній книзі (початку XVII ст.) [15, 132–133]. Між тим, в українських апокрифічних творах XVII ст. вже чітко проглядає орієнтація на місцеву народну мову (у Герляховському Тлумачному Апостолі кінця XVII ст., учительному переказі Апокаліпсису з численними доповненнями тощо) [15, 138]. Одночасно в східноукраїнські землі в апокрифічну літературу активно проникають елементи російської мови.

Релігійний аспект. Дихотомія «Схід – Захід» в українських землях особливо проявилась у релігійному контексті. У XVI–XVII ст. карпатський регіон зазнав суттєвого тиску католицької експансії. Рим намагався компенсувати свої втрати в боротьбі з Реформацією за рахунок православної церкви. Зусилля Риму увінчались успіхом: 24 квітня 1646 року в замковій каплиці родини Друестів в Ужгороді 63 закарпатські священники підписали Унію православної та католицької церков. Це призвело до формування в українських землях двох регіональних культур – східної та західної. Змістовим ядром обох культур є український варіант християнства, в основі якого – язичницько-християнський синкретизм. Втім українському Заходу характерна спрямованість на західноєвропейську гілку християнства та західну культуру: тут домінує католицизм і греко-католицька віра. Схід, навпаки, тяжіє до православ'я, православної культури.

Релігійна різновекторність детермінувала жорстку полеміку в українському суспільстві. Проти латинізації української церкви виступив Михайла Андреллі: «А чому ж волокут, тягнут силою нашу церков? И рады бы они мнѣ погибнути, скоро, барзо, просят, молят мя обратися. На що? На унѣю их? Пге! Плюю на ню! «...» Не потребно мнѣ бога их!» [9, 116–117]. Полемізуючи з єзуїтами Жамбором, Камелісом та Корницьким, Андреллі писав, що всі біди в тому, що люди відреклися від віри своїх батьків і перейшли до католицького табору: «В си послѣдняя времена и лѣта все иначе е. Злое ся вкоренило в людех, лъность и недбальство великое, лакомство к злобѣ, а найпачеже невѣрство – римское свѣтове все» [9, 121].

Антиуніатська тема знайшла відбиток також у Данилевському та Скотарському Учительних Євангеліях. А втім надіям новонавернених уніатів на краще життя не судилося збутися. Латинники вважали уніатів лише напівкатоликами, а Унію – тільки перехідним станом до покатоличення, й умови Унії практично не виконувались. Українцям обіцяли збереження рідного обряду, але в червні 1718 року священна Конгрегація для поширення віри видала декрет, яким наказувала всім українцям «зберігати свята латинської Церкви» [10, 31].

Друга умова Унії – вибір власного єпископа, проте, за грамотою Папи Климента XI (1719), мукачівський єпископ втрачає свій титул, підпорядковується владі католицького ягерського єпископа і лишається без резиденції [10, 51]. Не виконувалась і третя позиція Унії – привілеї для духовенства. Уніатські священники втратили десятину й мусили відробляти панщину, мало чим відрізняючись від кріпаків, тоді як у Катехізисі Й. Камеліса (1698) знаходимо такі повчання для латинників: «Клирика жадного нѣкто бити не можетъ, бо въпалъ бы въ клятву. «...» Панове земніи не могутъ «…» трактовати клириковъ якъ простыхъ хлоповъ, прымушаючи ихъ, абы робили яко подданіи и наємники» [2, 110].

Транквіліон-Ставровецький в Учительному Євангелії звинувачував у поразці православ'я служителів Церкви: «Человѣцы лукавыи, пяницы, сребролюбцы, плотолюбцы, найпаче женѣ и чадом работает, нежели богу, и наибольше о сих прилежит и промишляет, нежели о стадѣ Христовѣ и о науцѣ збавенной. На женах их и дщерях ризы свѣтлыи, пасы златокованны, а в церкви книги подраныи, а в иной и сих не найдем» [7, 119].

Про порочне життя православного духовенства писав також М. Смотрицький: «О церкви світочі! О пастирі овец Христових!

О вчителі і майстри молодшої вашої братії. Як же ви отиліли й розтовстіли, і забули бога, спасителя вашого?! Ваші вівчарні знищили, а вівчарні ворогів божих і ваших ширяться «…» Мудрість ваша, майстерність, розмова – безглузді, даремні і розпусні, забави – непристойні, в них самі ви разом з тими, котрі вам наслідують, гините» [11, 80–83]. Автор скотарського Учительного Євангелія звинувачує нових євангеліків у тому, що «чужеє берут, церквы драпят, много жонъ поймуют, въ чужеложствѣ мешкают, на остаток Богу ани людем вѣры не ховают» [2,116]. Отже, у XVII ст. в українських апокрифах з'являються елементи полемічної спрямованості, що дало початок розвитку української полемічної літератури з яскраво вираженим національним і соціально-політичним відтінком.

Сюжетний аспект. Особливості суспільного розвитку різних регіонів країни відбились також у сюжетній лінії апокрифів: в українському східному обряді домінує культ воскресіння Спасителя, тоді як у західних регіонах – культ Голгофи, містики, Христових страстей. В українських апокрифах з'являються тексти-роздуми про споконвічне питання щодо людської долі: «Чомъ на сюмъ свѣтѣ не есть тай не была нѣякая правда? Чомъ лихыи не гадають за братію свою, за убогыхъ людій? И за своимъ иманюмъ они суть у чести великуй у другыхъ людій. Як розумѣєме сесе, чомъ тоты люде добрые, они суть пометани, а тоти злыи суть у чести великуй?» [2, 117]. Ці слова належать М. Горбянському – автору нягівського Учітельного Євангелія із Закарпаття.

Той самий лейтмотив знаходимо також у Данилевському Учительному Євангелії: «За що юж и нас господь-бог покортал и карет, то ест злыми панами и неурожаем поля и иншими розмаитыми карностями?» [12, 241]. Звертаючись до цієї теми, письменник XVII ст. М. Смотрицький констатує: «Біде в містах і в селах, біде в полях і дібровах, біде в горах і в земних безоднях. Немає жодного місця спокійного ані житла безпечного» [11, 67].

На Закарпатті стан людей погіршувався посухою, неврожаєм та падежем худоби. Через посуху 1726–1729 років люди дуже голодували, гинула худоба. Сильний мор був також у 1742 році. У 1786–1788 роках на Мармарощині спустіли тисячі осель [14]. У Літопису Гукливському про події 1786–1787 років записано: «1787 р. Того року всей краине угорской великій голод і хворобы тяжке проходили; народа до третей части умерло на глуханю (тиф) из голоду, бо преишлого року сечков и бурянами были ся нагазянили (наїлися шкідливої трави). Тогожде року «…» врожай посредный быв, и лето благо было; еднакож люде мало посеяли были, и следующего року со взором на Верховину еще болшіи глад быв, бо кроме буряну и соломы и збрагу люде от жидов купували и из того киселицю варили та сербали» [1].

Народ з його здоровим глуздом не брав під сумнів абсолютність моральних правил, що формувалися протягом століть і були закріплені та освячені християнством, але його етика не вміщується в прокрустове ложе десяти заповідей. Народ сам встановлював, що є гріхом. Зокрема, у Данилевському Учительному Євангелії автор роз'яснює причину сліпоти тим, що люди не святкують неділь і свят, не постять, п'ють [12, 239]. Серед багатьох зол він також визначає поширення в закарпатських селах гри в карти: «Коли прійдет недѣля или празник иншій божій, то мы его не перепровадимо на божій хвалѣ, але май мыслимо, як бы єдин другого даяк спотварити, правотити, албо у карты грати а на том вшиток день стратити «…» А діявол з давна ся научил и учит ся, як бы хвалу божію знищити, и такжей вымислив против четырех євангелистов свою євангелію четверой масти, то ест оных проклятих картов, штобы также люди ловили и до свого панства приводили, до пекла вѣчного» [12, 241–242]. Саме тому в українських апокрифах набувають поширення притчі моралістичного змісту, що закликали до доброчинного життя.

Реінтерпретація української апокрифічної літератури: діалог культур. Зупинимось на питаннях: моделювання українського апокрифа як інтертексту; аналіз текстів із різними семіотичними кодами в змістовому полі апокрифа та механізмах інтертекстуальної взаємодії; осмислення процесу їх реінтерпретації в контексті діалогу культур. Зауважимо, що під *реінтерпретацією* в межах досліджуваної проблематики розуміємо зміни змісту та значення інформації, закладеної в апокриф, у процесі перекодування його тексту. Вирішення цих завдань дає змогу розширити межі інтерпретації української апокрифічної літератури.

Розглянемо цю проблематику в *лінгво-культурологічному аспекті*. В основі аналізу – парадигма, що постулює: у будь-якому апокрифічному творі наявні тексти різних культур. Для вивчення проблеми

скористаємося синхронічним і діахронічним підходами.

Синхронічний підхід. Базовою парадигмою дослідження є твердження: 1) кожна культура має іманентний культурний код, що дає змогу перетворити в певну форму (код) інформацію про її сенс; 2) апокрифи є однією з форм кодування, яка ідентифікує конкретний культурний зріз. Розглянемо апокрифічний текст як усталену в певному часовому інтервалі знакову систему, що наділена культурним змістом, і проаналізуємо її в змістовному, формальному (структурному) і функціональному (прагматичному) вимірах. Сфокусуємо увагу на базових компонентах системи – *сюжетах і мові*.

Сюжети апокрифів становлять змістовний компонент цієї системи, відбиваючи специфіку, звичаї і традиції певної культури. Вони насичені культурними змістами, що детерміновані умовами суспільного життя в конкретний часовий період. Інший компонент – мова як засіб вираження сенсу, як семіотичний код – забезпечує життєздатність культури, її формування та функціювання, виступає гарантом існування та збереження її специфіки, сприяє становленню культурної ідентичності. Іншими словами, мова є одним із кодів культури, своєрідність якої він моделює. Разом з тим, мова – це не тільки інструмент для передачі інформації, а й засіб формування ідей та управління розумовою діяльністю людини.

При аналізі апокрифічного тексту, крім специфічних рис культури, у полі якої створювався текст, слід враховувати також особливості сприйняття культурного середовища автором тексту. Ці положення визначають теоретичну й інтерпретаційну базу подальшого дослідження, предметом якого є інтертекстуальна взаємодія в межах апокрифа.

Діахронічний підхід. Вивчимо проблематику в діахронічному зрізі, аналізуючи апокрифи в контексті інтертекстуальності. Термін *інтертекстуальність*, введений у науковий обіг Ю. Крістєвою, означає особливі діалогічні відношення текстів, котрі будуються як мозаїка цитат, створюючи потужну стереофонію.

У ракурсі цієї концепції апокриф є результатом суміщення авторського тексту з матрицею «чужих» культурних текстів (донорів). Ю. Лотман називає дві спонукальні причини, що викликають інтерес до «чужого» тексту: першу – можна визначити як пошуки свого, другу – як пошуки чужого. Текст-донор автор апокрифа використовує з метою підтвердження, уточнення, конкретизації власних думок, як відправну точку для розвитку теми. У полі апокрифа тексти входять у контакт, причому контакт між ними є діалогічним, а не механічним контактом опозицій. Текст-реципієнт та тексти-донори можуть бути синхронізовані в часі й репрезентовані однією культурною традицією або належати до різних хронотопів і ціннісних шкал.

Унаслідок взаємодії текстів відбувається перекодування текстів-донорів, тобто перенесення інформації з однієї кодової системи в іншу, з однієї культури – в іншу. По суті, фокус дослідження спрямований на реінтерпретацію змістів, значущих для однієї культури, засобами іншої мови, що можна трактувати як діалог культур. У цьому ракурсі код кожного тексту стає ключем до розуміння певного типу культури, без знання якого апокриф виявиться закритим, незрозумілим.

Алгоритм дослідження міжтекстового діалогу в змістовому полі апокрифів містить: 1) демаркацію змістового поля інтертексту й визначення кордонів текстів-донорів, привнесених автором в апокрифічний текст; 2) реконструкцію культурних кодів текстів-донорів та їх перекодування; 3) реінтерпретацію текстів-донорів в процесі перекодування; 4) аналіз міжтекстового контакту.

Розглянемо проблему міжтекстового діалогу з позицій теорії комунікації: як діалог двох суб'єктів – *адресанта* (автора тексту-донора) й *адресата* (автора тексту-реципієнта). Адресант, створюючи текст апокрифа, співвідносить його з художніми традиціями, світоглядом та аксіосферою своєї епохи, що обумовлює його *код* як повідомлення. Інформаційна цінність такого повідомлення значною мірою залежить від таланту творця апокрифа, його ціннісної шкали, повноти розкриття ним змісту інформації та рівня володіння обраною художньою мовою.

Завдання адресата – декодувати отриману інформацію, зберігаючи змістову адекватність надісланому повідомленню. Однак, проєктуючи повідомлення на матрицю іманентної системи цінностей, що обумовлена власним досвідом, світоглядом епохи, картиною світу того суспільства, до якого він належить, адресат вносить елементи суб'єктивності в зміст отриманої інформації. Це призводить до деформації повідомлення. Від обраного адресатом дешифрувального коду залежить коефіцієнт кореляції інформації на вході та виході комунікаційної системи.

Слід звернути увагу на *варіативність* інтерпретації отриманої інформації, що виникає при її сприйнятті різними адресатами, оскільки індивідуальні відмінності особистості зумовлюють неоднозначність інтерпретації прийнятої інформації. Результат міжтекстового контакту залежить, зокрема, від ставлення автора-реципієнта до тексту-донора, що спричинено низкою факторів, зокрема: ступенем відкритості реципієнта для сприйняття чужого тексту; його готовністю до діалогу з автором-донором, який може знаходитися в іншому хронотопі й керуватися іншою ціннісною шкалою.

П. Герчанівська проводить певну паралель між процесом взаємодії текстів і культурною взаємодією загалом [3]. За аналогією з класифікацією Р. Редфілда, Р. Лінтона й М. Херсковіца міжтекстова взаємодія може приймати таки форми: *реакція, адаптація та сприйняття* [16]. Під *реакцією* розуміємо повне відторгнення автором ідеї, закладеної в текст-донор. На протилежність реакції, для таких форм взаємодії, як *адаптація* та *сприйняття*, властиве придбання автором певних змістів текстів-донорів. Ці форми відрізняються лише результатом контакту, ступенем прийняття тексту-донора. Зокрема, в процесі *адаптації* під впливом тексту-донора відбувається лише часткова заміна іманентних патернів авторського тексту. При повній згоді автора з текстом-донором контакт закінчується його сприйняттям.

Розглянемо процес реінтерпретації текстів на прикладі українських апокрифів Нового часу. У процесі реінтерпретації тексти-донори, що стали точкою опори при створенні українських апокрифів, піддалися тотальним змінам. Перекодуючи тексти з попередніх епох, автори апокрифів перенесли отриману інформацію в культурне поле свого часу, сприймаючи її в ракурсі своєї культури. Вони ввібрали в себе елементи накопиченого досвіду попередників, привносячи у твір нові акценти й доповнюючи його новими сюжетами та власними роздумами, співзвучними з проблемами свого часу.

Зазначимо, що в українську апокрифічну літературу візантійські тексти прийшли з інтегрованим культурним кодом. Гетерогенність культурного ареалу детермінувала варіативність кодів у візантійському культурному просторі. Через їхню взаємодію був вироблений інтегрований код, що відбив специфіку візантійської культури загалом. З християнізацією слов'янського світу відбувається *перше перекодування* православних апокрифів. У старослов'янських і церковнослов'янських перекладах знакова система візантійських апокрифів набуває культурного коду як субстрату кодів культури слов'янського ареалу. Зі зміною мовного коду апокрифів здійснюється перенесення інформації з поля візантійської культури в слов'янський культурний простір, що, по суті, тотожне діалогу двох культур – візантійської та слов'янської. У процесі декодування відбувається реінтерпретація тексту: слов'янські книжники викладають події Старого і Нового Завітів відповідно до світогляду свого часу.

Починаючи з XIV ст., у межах слов'янського ареалу почалося наближення церковнослов'янських текстів до живої народної мови. У різних народів цей процес відбувався в різні часи: у чехів – у XIV–XV ст.; у поляків – XV–XVII ст.; українців і росіян – у XVII–XVIII ст. Апокрифи доповнювались сюжетами, що відбивали життя конкретного народу та ідеї, що панували в суспільстві в цей історичний період. Зокрема, чеські та польські апокрифи часто містять відомості про протестантський реформаційний рух, а українські – полеміку навколо проблеми переходу карпатського регіону в греко-католицьку віру (уніатство).

Отже, у XVII–XVIII ст. на українських землях формується апокрифічна література з іманентним культурним кодом як результат *подвійного кодування* православних апокрифів. Диференціація української культури на західну і східну детермінувала варіативність культурного коду, що особливо простежується в сюжетах і мові апокрифічних текстів.

Разом з тим, обидві регіональні культури базуються на язичницько-християнському синкретизмі й становлять єдине ціле – українську культуру. Це свідчить, що в одному художньому тексті можуть співіснувати кілька варіацій основного культурного коду. Важливо відзначити, що сучасні дослідники, які аналізують українські апокрифи, розглядають їх з позицій наукової парадигми свого часу, що детермінує *третє кодування* візантійських апокрифів, основою якого є діалог культур.

Отже, в результаті аналізу розкрито мовні засоби, за допомогою яких передається ідейно-тематичний та естетичний зміст апокрифів у процесі комунікації. Висунуто та верифіковано

гіпотези щодо апокрифа як: 1) відкритої системи, орієнтованої на діалог культур із різними кодами; 2) однієї з форм кодування, що дає змогу ідентифікувати конкретний культурний зріз; 3) інтертексту, котрий інтегрує: інваріантний та варіативний комплекси текстів. Доведено, що у XVII–XVIII ст. на українських землях формується апокрифічна література з іманентним культурним кодом як результат *подвійного кодування* православних апокрифів. Визначено чинники гетерогенності («Схід – Захід») апокрифів у полі української культури. Показано, що українська апокрифічна література гетерогенна в просторі й часі, для неї характерна дихотомія «Схід – Захід», що проявляється як у мовному моделюванні, так і в сюжетних лініях.

Примітки

[1] *Канонічні книги* – це книги Св. Письма, що визнані на всесвітніх соборах. Вони містять у собі норми віри та моральності.

[2] *Апокриф* – релігійний твір, що містить відступ від офіційного віровчення, тому його церква заперечує. Тексти апокрифів носять пояснювальний характер канонічного тексту Біблії.

Література

1. Біленький Я. Угро-руські літописні записки. *Записки Наукового Товариства ім. Шевченка.* Т. 104. Кн. IV. Львів, 1911. С. 73–82.
2. Возняк М. Історія української літератури: В 3-х т. Львів : Просвіта, 1924. Т. 3: XVI–XVIII вв. Ч. 2. 1924. 564 с.
3. Герчанівська П. Е. Культура в парадигмах XX–XXI ст. : монографія. Київ : НАКККіМ, 2017. 378 с.
4. Дѣянія Вселенскихъ Соборовъ, изданныя въ русскомъ переводѣ при казанской духовной академіи: в VII т. Казань: Центральная типографія, 1892–1912. Т. 1, 1910. 403 с.
5. Дунаєвська Л. Ф. Апокифічна легенда в контексті національного світогляду. Література. Фольклор. Проблема Поетики. Київ, 2000. Вип. 7. С. 371–378.
6. Колесса О. Рукописні і палеотипні книги південного Підкарпаття. Відбитка з книги: Protokol mezinárodniho sjezdu knihovníkův Praze, 1926. Прага : Державна друкарня у Празі, 1927. 18 с.
7. Маслов С. И. Кирилл Транквиллион-Ставровецкий и его литературная деятельность: опыт историко-литературной монографии. Київ : Наукова думка, 1984. 245 с.
8. Мельник Я. І. Апокрифіка Івана Франка: проблема та інтерпретації : автореф. дис. … д-ра філолог. наук: 10.01.01 / Львівський національний університет ім. Івана Франка. Львів, 2006. 36 с.
9. Микитась В. Л. Українська література в боротьбі проти унії: Дослідження. Київ : Дніпро, 1984. 242 с.
10. Пекар А. В. Нариси історії церкви Закарпаття. В 2 т. Рим – Львів : Місіонер, 1997. Т. 1: Єрархічне оформлення. 1997. 232 с.
11. Смотрицький М. ΘΡΗΝΟΣ. Українська література XVII ст.: Синкретична писемність. Поезія. Драматургія. Белетристика. Київ : Наукова думка, 1987. С. 67– 92.
12. Франко І. Я. Зібрання творів: у 50 т. / гол. ред. кол. Є. П. Кирилюк. Київ : Наукова думка, 1976. Т. 32: Літературно-критичні праці (1899–1901), 1981. 518 с.
13. Франко І. Апокрифи і легенди з українських рукописів : в 5 т. Львів : Львівський національний університет ім. І. Франка, 2006. Т. II: Апокрифи новозавітні. А. Апокрифічні євангелія: репр. вид. 1899 р., 2006. LXXVIII, 443 с.
14. Штернберг Я. І. Голод на Закарпатті в 80 роках XVIII ст. *Наукови записки УжДУ*. Т. XVIII. 1960. С. 130.
15. Яворскій Ю. Я. Ветхозавѣтныя библейскія сказанія въ карпатскорусской церковно-учительной обработкѣ конца XVII-го вѣка. *Науковый зборник товариства «Просвіта» в Ужгороде*. Рочник V. 1927. С.125–204.
16. Redfield R., Linton R., Herskovits M. J. Memorandum on the Study of Acculturation. American Anthropologist. 1936. Vol. 38. № 1. P. 149–152.

References

1. Bilenky, Y. (1911). Ugro-Russian chronicle notes. Notes of Shevchenko Scientific Society. T. 104. Book IV. Lviv. 1911, 73–82 [in Ukrainian].
2. Voznyak, M. (1924). History of Ukrainian literature: In 3 volumes. Lviv: Prosvita. Vol. 3: XVI–XVIII centuries. Part 2 [in Ukrainian].
3. Herchanivska, P. E. (2017). Culture in the paradigms of XX–XXI centuries: monograph. Kyiv: NAKKKiM [in Ukrainian].
4. Acts of the Ecumenical Councils in VII vol. (1910). Kazan: Central Printing House, 1 [in Church Slavonic].
5. Dunayevska, L. F. (2000). Apocryphal legend in the context of the national worldview. Literature. Folklore. The problem of Poetics. Kyiv, 7, 371–378 [in Ukrainian].
6. Kolessa, O. (1927). Manuscript and paleotype books of southern Subcarpathia. Prague: State Printing House in Prague [in Ukrainian].
7. Maslov, S. I. (1984), Cyril Tranquillion-Stauvrovetskyi and his Literary Activity: Experience of Historical and Literary Monograph. Kyiv: Naukova Dumka [in Ukrainian].
8. Melnyk, Y. I. (2006). Ivan Franko's Apocrypha: Problems and Interpretations: thesis of Doctor of Philology: 10.01.01. Lviv: Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].
9. Mykytas, V. L. (1984). Ukrainian literature in the struggle against the Union: Research. Kyiv: Dnipro [in Ukrainian].

10. Pekar, A. V. (1997). Essays on the history of the church of Transcarpathia. In 2 vols. Rome – Lviv: Missionary. 1 [in Ukrainian].

11. Smotrytsky, M. (1987) ΘΡΝΝΟΣ. Ukrainian literature of the XVII century: Syncretic writing. Poetry. Dramaturgy. Fiction. Kyiv: Naukova Dumka, 67–92 [in Ukrainian]

12. Franko, I. Y. (1981). Collected works: in 50 vols. Kyiv: Naukova Dumka. Vol. 32: Literary and critical works (1899–1901) [in Ukrainian].

13. Franko, I. (2006). Apocrypha and legends from Ukrainian manuscripts: in 5 volumes. L'viv: Ivan Franko National University of L'viv. Vol II: Apocrypha of the New Testament. A. Apocryphal Gospels [in Ukrainian].

14. Shternberg, Y. I. (1960). Famine in Transcarpathia in 80 years of the XVIII century. Scientific Notes of UzhSU, XVIII [in Ukrainian].

15. Yavorsky, Y. Y. (1927). Old Testament Bible stories in the Carpathian Russian church teaching processing of the end of the XVII century. Scientific collection of the society «Prosvita». Yearbook V [in Ukrainian].

16. Redfield, R. (1936). Memorandum on the Study of Acculturation. American Anthropologist, 38, (1), 149–152 [in English].

Стаття надійшла до редакції 12.10.2022
Отримано після доопрацювання 14.11.2022
Прийнято до друку 23.03.2022

З М І С Т

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

Герчанівська П. Е. Цифрова культура в інформаційному суспільстві: антропологічний аспект 3

Погребняк Г. П. Режисерські моделі авторського кіно в контексті міжкультурного діалогу. Частина 3. Творчість режисерів-авторів за сприяння міжнародних програм, фондів, конвенцій 8

Сіверс В. А., Бугайова О. І. Праця Мартіна Гайдеггера «Джерело художнього творіння» як методологія розуміння творчості 16

Мельник М. М. Різноманітність новітніх форм сміхової культури в медійному просторі України 24

Поплавська М. В. Культурна дипломатія: трансформація дефініції поняття в контексті еволюції світової спільноти (1930-ті – початок 2020-х рр.) 30

Василенко Д. П., Скриль П. В., Тітова В. Д. Marketing and PR communications in the contextof promoting theatre Institution [Маркетингові і PR-комунікації в контексті просування театральної установи] 36

Соломенко Л. І. Особливості впливу сучасних засобів масової інформації на формування та розвиток масової мовленнєвої культури 42

Водяхін Є. В. Міфологізація української драматургії в радянську добу (1920-ті рр.) як спосіб інституалізації театру 49

Дащь І. В. Роль особистості ректора О. С. Тимошенка в розвитку вищої музичної освіти в НМАУ імені П. І. Чайковського: культурологічні виміри 55

Жаворонков М. М. Витоки феномену ілюзіонізму в синкретичних формах культури 60

Карпенко Д. В. Хореографічна культура України в наукових дослідженнях 2017–2021 років: аналіз основних напрямів 66

Руських С. О. Національні архетипи в сучасному змісті моделі японської культурної політики 72

Ясюк Т. Л. Культурологічний підхід у дослідженні взаємодії популярної та народної музичної культури у творчості українських вокально-інструментальних ансамблів 1960–1980 років 79

ДИЗАЙН

Храмова-Баранова О. Л. Становлення і розвиток дизайну дитячих періодичних видань в Україні 86

Легенький Ю. Г., Ареф'єва Є. Ю. Модний диспозитив у культурі XX–XXI століть як альтерглобалізаційна стратегія 92

Бірілло І. В., Янновскі Я. С. Новітні технології в дизайні сучасних аеропортів 97

Бобренко Р. В. Нові підходи до змісту дисципліни «Візуальні комунікації» в підготовці графічних дизайнерів 103

Олійник В. А. Регіональний фокус формування українського книжкового дизайну 110

Подлевський С. В.,
Гула Є. П.,
Осадча А. М. Застосування комп'ютерних технологій у вирішенні візуальних об'єктів у рекламі 117

Царенко С. О. Вітчизняна гуманістична традиція та українська лексика – першоджерела для наукової термінології з фахових напрямів творення середовища 123

Малік Т. В.,
Осмолова Р. Р. Особливості застосування біофілії в інтер'єрному середовищі громадських будівель 129

Попова О. В. Сценографія Енріко Прамполіні в контексті теоретико-практичного дискурсу італійського футуризму 135

ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО, ДЕКОРАТИВНЕ МИСТЕЦТВО, РЕСТАВРАЦІЯ

Чумаченко О. П. Іконопис як образотворча складова обрядово-ритуального entertainment у контексті соціокультурного життя Київської Русі 141

Капшукова О. С. Соціокультурні аспекти репрезентації культурної спадщини М. П. Глущенка 146

Павловська С. Я. Мова українських апокрифів як культурний код 152

C O N T E N T S

CULTUROLOGY

Gerchanivska P. Digital Culture in Information Society: Anthropological Aspect 3

Pogrebniak G. Directing Models of Author Cinema in the Context of Intercultural Dialogue. Part 3. Creativity of Directors-Authors with the Assistance of International Programs, Funds, Conventions.....8

Sivers V., Buhaiova O. Martin Heidegger's Work «The Origin of the Work of Art» as Methodology for Understanding Creativity.....16

Melnyk M. Diversity of the newest forms of laugh culture in Ukrainian media space 24

Poplavska M. Cultural Diplomacy: Transformation of Concept Definition in the Context of World Community Evolution (1930s – Early 2020s).....30

VasylenkoD., Skryl` P., TitovaV. Marketing and PR communications in the context of promoting theatreInstitution 36

Solomenko L. Features of Modern Mass Media Influence on the Formation and Development of Mass Speech Culture.....42

Vodiakhin Ye. Mythologizing of Ukrainian Drama during the Soviet Era (1920s) as a Way of Theatre Institutionalising.....49

Dats I. Role of Rector O. S. Tymoshenko's Personality in the Development of Higher Musical Education atUkrainian National Tchaikovsky Academy of Music: Cultural Dimensions.....55

Zhavoronkov M. Origins of Illusionism Art in Syncretic Forms of Culture.....60

Karpenko D. Choreographic Culture of Ukraine in Scientific Research in 2017–2021: Analysis of Main Directions.....67

RuskykhS. National Archetypes in Modern Content of Japanese Cultural Policy Model.....72

Yasiuk T. Cultural Approach in Scientific Research Activity of Interaction Between Popular and Folk Musical Culture in Creativity of Ukrainian Vocal-Instrumental Ensembles of 1960s and 1980s 79

DESIGN

Khramova-BaranovaO. Formation and Development of Children's Periodical Design in Ukraine 86

Lehenkyi Yu., ArefievaYe. Fashionable Dispositive in the Culture of XX–XXI Centuries asAlterGlobalisationStrategy.....92

Birillo I., Yannovski Ya. Latest Technology in Modern Airport Design 97

BobrenkoR. Approaches to Visual Communications Subject Content in the Training of Graphic Designers.....103

Oliinyk V. Regional Focus of Ukrainian Book Design Formation 110

Podlevskyi S., Hula Ye., OsadchaA. Computer Technologies Application in Solving Visual Objects in Advertising 117

Tsarenko S. Domestic Humanistic Tradition and Ukrainian Vocabulary as Primary Sources

for Scientific Terminology in Professional Areas of Environment Creation ...123

Malik T., ***Osmolova R.*** Features of Biophilia Application in Interior Environment of Public Buildings 129

Popova O. V. Enrico Prampolini's Scenography in Theoretical-Practical Discourse of Italian Futurism 135

ART, DECORATIVE ART, RESTAURANT

Chumachenko O. IconPainting as Visual Component of Ritual «Entertainment» in the Context of Socio-Cultural Life of Kyivan Rus. 141

Kapshukova O. Socio-Cultural Aspects of Representing M. P. Hlushchenko`s Cultural Heritage 146

Pavlovska S. Language of Ukrainian Apocrypha as a Cultural Code.....152

Наукове видання

№ 2, 2022

Редагування ***О. І. Бугайова***
Редагування англомовних анотацій і транслітерації ***О. Б. Рубчак***
Комп'ютерне верстання ***Л. М. Міненко***

Адреса редакції: 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп. 11, кім. 210
e-mail: nauka@dakkkim.edu.ua

Вимоги до публікацій на сайті:
https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/requirements.pdf

Підписано до друку 07.12.2022. Формат 60x84 $^{1}/_{8}$.
Папір офсетний № 1. Друк офсетний.
Облік.-вид. арк. 26,36. Наклад 300 прим.