

УДК 7.017+7.038.3](477)

**ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ
В СУЧАСНІЙ ВІЗУАЛЬНІЙ КУЛЬТУРІ УКРАЇНИ****Павліченко Євген Олександрович** – аспірант,

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

<https://orcid.org/0009-0002-2731-6200>DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.726>

netinff@gmail.com

Досліджено проблематику конструювання національної ідентичності засобами візуальних образів, проаналізовано основні маркери національної приналежності та виявлено специфіку вираження національно-культурного змісту в об'єктах візуальної культури України. Наведено огляд публікацій, у яких простежено питання впливу візуальних факторів на формуванні національної ідентичності. Дослідження виявило, що основними факторами вираження національної ідентичності в сучасній візуальній культурі України є такі маркери як національно-державні атрибути (ідентифікаційні національні символи, що безпосередньо пов'язані зі становленням незалежності України), культурні атрибути (наприклад, зображення відомих культурних пам'яток, архітектурних споруд), об'єктивна символіка (різноманітні зображення флори та фауни, традиційна орнаменталістика) та національна колористика. Констатовано, що станом на початок ХХІ ст. візуальний медійний контент, кінематограф та вторинні візуальні образи (рекламна продукція) є провідними елементами візуальної культури, що конструюють та затверджують світоглядні ідеали, пов'язані з підтримкою національної ідентичності.

Ключові слова: візуальна культура, національно-культурний зміст, візуальний образ, візуальні маркери, візуальний медійний контент, кінематограф.

Актуальність дослідження. Однією з актуальних тем культурологічного дискурсу останніх років є визначення ступеня важливості збереження національної ідентичності. Представники різних галузей знання розглядають численні явища вираження цього поняття як самовизначення, самоусвідомлення індивідів та груп у координатах національної спільності. Формування національної ідентичності на початку ХХІ ст., що в умовах глобалізаційних процесів характеризується дистанціюванням від інших національно-етнічних груп, пошуками колективного національного «я», стає пріоритетним напрямом діяльності сучасної держави. Особлива роль у цьому процесі належить візуальним образам.

Проблематика конструювання національної ідентичності в сучасній візуальній культурі набуває особливої актуальності в умовах кризових явищ в українському суспільстві, зумовлених військовою агресією з боку РФ.

Огляд останніх публікацій. Тема, пов'язана з кризою національної ідентичності, що виражається у дослідженні самотності локальних культур, є важливим напрямом теоретичних досліджень сучасної візуальної культури, шляхів розвитку генотипів національної пам'яті.

Роль візуальної культури в збереженні національної ідентичності тою чи іншою мірою розглядалася в працях О. Ліщинської «Вияви національно-культурної ідентичності в сучасній українській візуальній культурі» [4], О. Дедуш «Патріотичний персоналізований мурал м. Києва як ретранслятор української національної ідентичності» [1], О. Титар «Українські національно-культурні ідентичності Слобожанщини у контексті глобалізації: філософсько-антропологічний вимір» [7]; Ю. Марційчук «Процеси візуалізації в культурі незалежної України» [5], О. Кузьменко «Кіно як інструмент формування національної ідентичності» [2] та ін. Зокрема в колі наукових інтересів дослідників опинилися візуальні фактори у формуванні ідентичності, процеси візуалізації в культурі та виявленню її змістів в умовах незалежності України, значення кінематографа в потребі держави формувати національну ідентичність українців, окремі вияви національно-культурної ідентичності в сучасній візуальній культурі та ін. Проте комплексного культурологічного дослідження з означеної теми не проводилося.

Мета статті – виявити особливості конструювання національної ідентичності засобами візуальних образів та проаналізувати основні маркери національної приналежності у вимірі візуальної культури сучасної України.

Виклад основного матеріалу. Складність поняття національної ідентичності полягає в багатомірності критеріїв ідентичності, актуалізації політичного, соціокультурного та символічного аспектів. У свою чергу це замолює наявність в академічному вимірі різноманітних визначень цього поняття. Так, М. Галлер трактує національну ідентичність як «свідоме, інтелектуально-духовне, оцінювальне та емоційно-афективне утвердження приналежності до національної держави» [9; 42].

Відповідно до його трактування пріоритетним є факт емоційного зв'язку індивіда з національною державою, що відображається в цінностях, важливих для представника нації.

Е. Сміт пропонує розуміти національну ідентичність як «здатність (само)окресленої спільноти ототожнювати себе – і розумово, й емоційно – зі «своєю» групою, її символами, цінностями, історією, територією, культурою, державними та правовими інституціями, політичними й економічними інтересами» [6; 26].

У контексті даного дослідження розглядаємо національну ідентичність як *осмислену приналежність до певного суспільства, певну якість, наслідком встановлення якої є ототожнення людиною себе з певною мовою, традиціями, історією, релігією та культурними особливостями*.

Основною функцією національної ідентичності є властивість забезпечення соціальної єдності, єдності держава і народу, формування єдності інтересів, цілей та завдань. Особливе значення для розуміння національної ідентичності мають традиційні культурні цінності.

На основі дослідження наукової літератури, можемо констатувати, що спільними факторами вираження національної ідентичності в різних її концепціях є національна мова, культура, звичаї та традиції, релігія, святкування національних свят, національні символи, національна кухня, спорт та ін.

Вітчизняна дослідниця О. Кузьменко акцентує увагу на тому, що формування національної ідентичності відбувається «під впливом процесів культурації (участі особи в символічній культурі: традиціях, віруваннях, мистецтві й історії) і соціалізації (засвоєння певної системи знань, норм і цінностей, поведінки в певному суспільстві)» [2; 65].

На думку Ю. Марційчук, трансляція національно-культурних змістів є наслідком «концентрування й відображення цінностей і знаків, в яких розкриваються настанови національної культури» [5; 13]. Досліджуючи процеси візуалізації в сучасній культурі України, авторка наголошує на тому, що одним із варіантів образного моделювання України є візуалізація: «Йдеться про створення образно-символічного ряду з відображенням смислів національної ідентичності для культурного розвитку України. У цьому сенсі важливе значення має трансляція національно-культурних змістів у візуальному мистецтві як результат концентрування й відображення цінностей і знаків, які розкривають настанови національної культури» [5; 10].

Об'єкти візуальної культури, в системі якої виділяють такі її складові елементи як кінематограф, фотографію, образотворчі види мистецтва, архітектуру, телебачення, дизайн, рекламу та візуальний медійний контент (зокрема й інтернет-ресурсів) більшою мірою, ніж всі інші продукти матеріальної та духовної культури, відображають як цілі, так і найбільш доцільні процеси сприйняття людиною світу, тобто вони моделюють таку матеріальну структуру або інформаційне повідомлення, процес сприйняття та сенс якого відповідають певним духовним потребам та ідеалам, властивих суспільству та тому чи іншому етапі розвитку. Інформаційне повідомлення, що передається засобами візуальних образів людині, завжди несе певне сенсове навантаження, акумулює в собі уявлення про цінності періоду свого створення.

О. Ліщинська наголошує на тому, що величезну роль в процесі формування національної ідентичності відіграють емблеми, образи та національно-культурні маркери. Дослідниця серед них виокремлює історичні (історичні постаті, музичні інструменти), екофільні (квіти, калина та ін.) та етнообрядові (етнічна орнаменталістика, писанка, «дерево життя») типи [4; 94].

Згідно з примордіалістським підходом ідентифікація нації може буди здійснена на основі певних об'єктивних ознак, що не залежать від суб'єктивних поглядів її представників. Маркерами національної приналежності у вимірі візуальної культури в цьому контексті є:

- національно-державні атрибути;
- культурні атрибути;
- об'єктивна символіка, що означає певну цілісність (культурну, територіальну, господарчу).

До візуальних маркерів можна віднести ті ідентифікаційні національні символи, що безпосередньо пов'язані зі становленням державності України:

– державні символи (герб, прапор, гімн), зображення території країни (карта), назви, україномовного тексту, національного вбрання, національних музичних інструментів, національних страв, видатних історичних постатей, національне гасло та ін.

- зображення відомих культурних пам'яток, архітектурних споруд;
- національна колористика;
- різноманітні зображення флори та фауни, в тому числі флоральні і зооморфні орнаментальні мотиви.

На державному рівні національна ідентичність українського народу виражається через візуальні образи національно-державних і традиційних культурних символів. Використання візуальних образів набуває особливе значення не лише у контексті формування національної ідентичності на державному

рівні, але й в процесі презентації країни на світовому рівні, оскільки для створення образу держави використовуються відмінні національні символи, знайомі та важливі народу України.

На сучасному етапі розвитку цифрових технологій та мобільних пристроїв загальна комунікативність, що визначена М. Маклюеном як «зв'язок всього з усім» [11; 211] стає головною рисою суспільства. У новому інформаційному світі людина є одночасно виробником та споживачем інформаційного контенту і завдяки семантичним мережам потрапляє в зручний для неї культурно комфортний та ціннісно доречний інформаційний простір. Завдяки можливості бути присутнім на різних платформах, в різних статусах і різних спільнотах одночасно як комунікатор, творець та споживач, людина може створювати зручне поле для репрезентації різних ідентичностей. На думку дослідників, «медійний дискурс має набагато більшу аудиторію, ніж інші авторитетні в сенсі приписування ідентичностей інституційні дискурси – науковий, освітній, релігійний, політичний, – а отже, всі вони досягають більшості своїх споживачів за посередництвом медіа, тобто зазвичай у тому вигляді, який вибирають медії. Вже бодай через це медійний дискурс має величезний вплив на уявлення сучасних людей про світ і про себе [3; 28].

Відповідно до специфіки інтернет-ресурсів, ідентичність виражається через використання національної або державної символіки, символів культурно-історичного спадку та традицій. Найпоширенішим видом візуалізації національної ідентичності в інтернет-просторі є тризуб, прапор та національні гасла (передусім, «Слава Україні! Героям слава!»). Маркерами української національної ідентичності в візуальному тексті інтернет-простору є: вказівка на окремі риси національного характеру, використання автостереотипів, посилення до прецедентних подій і феноменів української культури та історії.

У системі візуальної культури кінематограф є однією з головних соціокультурних практик, що затверджує світоглядні ідеали, пов'язані з підтримкою національної ідентичності – це безпосередньо пов'язано з переважанням продуктів аудіовізуальних мистецтв над іншими видами мистецтва і в кількісному плані і за силою впливу. У сучасній культурі кінематограф виконує ідеалотворчу функцію, «залишається одним з інструментів виховання та зберігання цінностей» [2; 68], пропонуючи як моделі світосприйняття та світовідчуття, ідеальне уявлення про влаштування сфер людського існування, що повною мірою відноситься і до формування специфічних національних моделей та стереотипів національної поведінки. У цьому контексті особливу актуальність набуває питання перенасичення вітчизняного інформаційного простору іноземними фільмами, що, на думку науковців, не можуть бути «трансляторами національної української культури», а іноді навіть «містять ідеї, що суперечать національним цінностям» [2; 39]. О. Кузьменко стверджує, що тривалий час можливості кінематографа в потребі держави формувати національну ідентичність українців нівелювала урядова політика «Творення україномовних фільмів державними кіностудіями не підтримується чіткою системою дистрибуції, а створені в Україні касові фільми не спираються на українські традиції, цінності і мову, тому не є їх трансляторами» [2; 75].

У контексті формування національної ідентичності основними є такі принципи створення національного кіно продукту, як: візуалізація національних специфічних рис: природа, фізіогноміка, флора та фауна, традиційні моделі поведінки, культурні традиції, національні професійні заняття; екранізація творів національної літератури; візуалізація знакових подій в історії народу; національне релігійне світовідчуття є матеріалом для сюжету фільму або закладено в моделях сприйняття світу головними героями; створення національних культурних героїв, з яких варто брати приклад; національна проблематика і тематика пропорційно співвіднесені з загальнолюдськими сенсами кіно твору.

Національна своєрідність будь-якої традиційної культури, її внутрішні ідеали реалізуються через ідею краси, що за І. Кантом є символом морального [10; 21] в різноманітних інтерпретаціях. Візуальне відтворення цінностей національної культури та художньо-образна інтерпретація їх основи пов'язані з проявом краси як зовнішнього фактора.

Особливу форму репрезентації української національної ідентичності демонструють вторинні візуальні образи у вигляді рекламних постерів та сувенірної візуальної продукції з видами столиці України та відомих історичних місць країни – в її основі фотографії архітектурних пам'яток із погляду їх творців і замовників. За Р. Бартом, специфіка фото повідомлення полягає в механічному копіюванні реальності, оскільки як повідомлення без коду воно містить приховані сенси – конотації, що створюються за допомогою маніпуляцій з камерою та об'єктами, які знімають (науковці відносять до них монтаж, вибір ракурсу зйомки, фотогенії, фотографування різноманітних об'єктів на тлі інших як образотворчої композиції, а також синтаксис фотографії, що виражається в поєднанні образів у вигляді серії) [8; 34].

Новітні прийоми розвитку національної пам'яті у візуальній культурі пов'язані з її розумінням як інтелектуальної діяльності, в якій культурний спадок стає предметом рефлексії, зростає значення

інтерпретаційних підходів до історичних прообразів. Новаторська стратегія, що формується відносно до історичних стилів будуватиметься на напрацюванні різноманітних способів розширення попередніх правил заради нескінченної диференціації та породження нових формальних мов.

Висновки. Дослідження виявило, що основними факторами вираження національної ідентичності в сучасній візуальній культурі України є такі значущі маркери як національно-державні атрибути (ідентифікаційні національні символи, що безпосередньо пов'язані зі становленням незалежності України), культурні атрибути (наприклад, зображення відомих культурних пам'яток, архітектурних споруд), об'єктивна символіка (різноманітні зображення флори та фауни, традиційна орнаменталістика) та національна колористика.

Станом на початок XXI ст. візуальний медійний контент, кінематограф та вторинні візуальні образи (рекламна продукція) є провідними елементами візуальної культури, що конструюють та затверджують світоглядні ідеали, пов'язані з підтримкою національної ідентичності. У контексті локальних національних інтернет-просторів практика конструювання національної ідентичності набуває пріоритетного значення. Візуальний текст інтернет-простору може відображати в гіперболізованому вигляді риси національної ідентичності. Національний кінематограф формує національну ідентичність засобами візуалізації національних специфічних рис та знакових подій в історії народу, екранізації творів національної літератури, створення образу національного героя та ін.

Перспектива подальших досліджень цієї теми пов'язані з осмисленням національної ідентичності в плані динаміки національної саморефлексії під впливом військової агресії рф.

Список використаної літератури

1. Дедуш О.В. Патріотичний персоналізований мурал міста Києва як ретранслятор української національної ідентичності. *Дні науки історичного факультету (до 150-річчя з дня народження М. С.Грушевського). Матеріали ІХ Між нар. наук. конф. студ., аспірантів та молодих учених.* Київ, 2016. С. 385-388.
2. Кузьменко О. Кіно як інструмент формування національної ідентичності. Український контент. *Kultury wschodniosłowiańskie – oblicza i dialog*, t. II: 2012. P. 65-75.
3. Кулик В. Світова мережа й національна ідентичність. *Критика*. 2011. № 11-12 (169-170). С. 28-31.
4. Ліщинська О. Вияви національно-культурної ідентичності в сучасній українській візуальній культурі. *Наук. зап. Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія : Культурологія*. 2014. № 14 (1). С. 89-97.
5. Марційчук Ю.І. Процеси візуалізації в культурі незалежної України автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.04 / Харк. держ. акад. культури. Харків, 2016. 18 с.
6. Сміт Е. Національна ідентичність. Київ : Основи, 1994. 224 с.
7. Титар О.В. Українські національно-культурні ідентичності Слобожанщини у контексті глобалізації: філософсько-антропологічний вимір: дис... д-ра філософ. наук. : 09.00.04 / Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2016. 493 с.
8. Barthes R. Rhetoric of the Image. In : *Image – Music – Text*. Sei. and Trans. Stephen Heath. New York: Hill and Wang, 1977. P. 32-51. URL : <https://williamwolff.org/wp-content/uploads/2014/08/Barthes-Rhetoric-of-the-image-ex.pdf> (дата звернення : 02.09.2023).
9. Haller M., Ressler R. National and European identity. A study of their meanings and interrelationships. *Revue française de sociologie*. 2006. vol. 47. no. 4. P. 817-850.
10. Kant I. *Observations on the Feeling of the Beautiful and Sublime and Other Writings*. Cambridge University Press, 2011. 48 p.
11. McLuhan M. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press, 1962. 299 p.

References

1. Diedush O.V. Patriotychnyi personalizovanyi mural mista Kyieva yak retransliator ukrainskoi natsionalnoi identychnosti. *Dni nauky istorychnoho fakultetu (do 150-richchia z dnia narodzhennia M. S.Hrushevskoho). Materialy IKh Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh uchenykh*. 2016. S. 385-388.
2. Kuzmenko O. Kino yak instrument formuvannia natsionalnoi identychnosti. *Ukrainskyi kontent. Kultury wschodniosłowiańskie – oblicza i dialog*, t. II: 2012. rr. 65-75.
3. Kulyk V. Svitova merezha y natsionalna identychnist. *Krytyka*. 2011. № 11-12 (169-170). S. 28-31.
4. Lishchynska O. Vyiavy natsionalno-kulturnoi identychnosti v suchasniï ukrainskiiï vizualniï kulturi. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seria : Kulturolohiia*. 2014. № 14 (1). S. 89-97.
5. Martsiichuk Yu. I. Protsesy vizualizatsii v kulturi nezaleznoiï Ukrainy avtoref. dys. ... kand. kulturolohii : 26.00.04 / Kharkivska derzhavna akademiia kultury. Kharkiv, 2016. 18 s.
6. Smit E. Natsionalna identychnist. Kyiv : Osnovy, 1994. 224 s.
7. Tytar O.V. Ukrainski natsionalno-kulturni identychnosti Slobozhanshchyny u konteksti hlobalizatsii: filosofsko-antropolohichnyi vymir : 09.00.04 : dys. doktora filosofskykh nauk / Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V.N. Karazina. Kharkiv, 2016. 493 s.

8. Barthes R. Rhetoric of the Image. In : Image – Music – Text. Sci. and Trans. Stephen Heath. New York: Hill and Wang, 1977. P. 32-51. URL : <https://williamwolff.org/wp-content/uploads/2014/08/Barthes-Rhetoric-of-the-image-ex.pdf> (data zvernennia : 02.09.2023).

9. Haller M., Ressler R. National and European identity. A study of their meanings and interrelationships. Revue française de sociologie. 2006. vol. 47. no. 4. P. 817-850.

10. Kant I. Observations on the Feeling of the Beautiful and Sublime and Other Writings. Cambridge University Press, 2011. 48 p.

11. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. University of Toronto Press, 1962. 299 p.

FEATURES OF CONSTRUCTED NATIONAL IDENTITY IN MODERN VISUAL CULTURE OF UKRAINE **Pavlichenko Evgeny** – applicant, Kiev National University of Culture and Arts, Kyiv

The problem of the construction of national identity by means of visual images was studied, the main markers of national belonging were analyzed, and the specificity of the expression of national and cultural content in the objects of visual culture of Ukraine was revealed. An overview of publications is given, which trace the issue of the influence of visual factors on the formation of national identity. The study revealed that the main factors of the expression of national identity in the modern visual culture of Ukraine are such significant markers as national-state attributes (identifying national symbols directly related to the establishment of Ukraine's independence), cultural attributes (for example, images of famous cultural monuments, architectural structures), objective symbolism (various images of flora and fauna, traditional ornamentation) and national coloristics. It was established that as of the beginning of the 21 st century. visual media content, cinematography and secondary visual images (advertising products) are leading elements of visual culture that construct and approve worldview ideals related to the maintenance of national identity.

Key words: visual culture, national-cultural content, visual image, visual markers, visual media content, cinematography.

FEATURES OF CONSTRUCTED NATIONAL IDENTITY IN MODERN VISUAL CULTURE OF UKRAINE **Pavlichenko Evgeny** – applicant, Kiev National University of Culture and Arts, Kyiv

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of the construction of national identity by means of visual images and to analyze the main markers of national belonging in terms of the visual culture of modern Ukraine.

Research methodology. The analytical method, system-structural and typological method, as well as the method of cultural analysis were applied.

The scientific novelty. The problem of the construction of national identity by means of visual images was studied, the main markers of national belonging were analyzed, and the specificity of the expression of national and cultural content in the objects of visual culture of Ukraine was revealed.

Practical significance. In some way this material will expand the understanding of the peculiarities of the construction of national identity in modern visual culture.

Key words: visual culture, national-cultural content, visual image, visual markers, visual media content, cinematography.

Надійшла до редакції 9.09.2023 р.

УДК 316.77:070 (008)

МЕДІА-МИСТЕЦТВО ЯК ТРЕНД СУЧАСНОЇ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Сучков Денис Геннадійович – асистент кафедри кіно-, телемистецтва,
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ.
<https://orcid.org/0000-0003-2716-3873>
DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.727>
denele@ukr.net

Проаналізовано основні особливості та напрями мистецтва сучасної аудіовізуальної культури, зокрема детерміновані розвитком інтернет-технологій, у т.ч. соціальних медіа. Оскільки інтернет-технології та соціальні платформи постійно розвиваються, розвиватимуться і різноманітні та надихаючі на творчість можливості для створення й поширення нових мистецьких форм. Наголошується, що сучасне мистецтво є невід'ємною складовою культури, на домінуванні аудіовізуального у сучасній культурі, яке лише змінює свої форми, зокрема під впливом інтерактивності соціальних медіа. Визначено основні характеристики медіа-мистецтва, опосередкованого, зокрема, розвитком соціальних медіа: 1) інтеграція технологій та мистецьких форм; інтерактивність: медіа-мистецтво активно залучає глядача до процесу сприйняття та взаємодії з твором. Інтерактивні інсталяції, віртуальна реальність та аугментована реальність дають можливість кожному стати автором твору, переживши унікальний творчий досвід; деформація звичних візуальних стандартів і структури, надаючи художникам свободу вираження та нові способи передачі змісту, що сприяє руйнуванню стереотипів та розширенню горизонтів для творчості. Все це розширює спектр креативних підходів та надихає на створення унікальних творів.