

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> (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.

Ключові слова: медіа-мистецтво, нет-арт, аудіовізуальна культура, соціальні медіа, інтерактивність.

Постановка проблеми. Особливістю аудіовізуальної культури в епоху соціальних медіа є інтерактивність, трансмедійність, перфомативність, конвергентність, культура участі і под., що опосередковано особливістю самих соціальних медіа, які передбачають активне спілкування, залучення і включення користувачів до обговорення, вирішення певних завдань чи проєктів, у т.ч. художніх.

Усі ці особливості аудіовізуальної культури не могли не вплинути на зміни у сучасному мистецтві, яке досить активно проявляє себе в мережевому просторі, зокрема завдяки існуванню соціальних медіа. Взагалі, як зазначає організатор кількох «інтернет-виставок», у т.ч. у 2020 р. «Мистецтво в епоху безтурботності» в Художньому фонді Шарджі О. Холейф: «Починаючи з 1989 р., року народження Всесвітньої павутини, світ мистецтва стикався зі зростанням мережевої культури. Я намагаюся донести ідею про те, що мистецтво – це не тільки мистецтво, а й культура, в якій воно знаходиться, яка нині змінилася завдяки інтернету» [6].

Українська дослідниця А. Тормахова зазначає, що серед форм медіа-мистецтва можна виділити два різновиди: перше володіє ознаками «класичного» мистецтва; друге «спирається на можливості та засоби нових медіа, має іншу генезу» [3; 45]. До медіа-мистецтва дослідниця відносить «відеоарт, нет-арт, scienceart, мистецтво відеоінсталяцій, телекоммунікейшн арт» [3; 45], підкреслюючи, що «спектр тематики медіа-мистецтва є вкрай широким та включає як ту ж саму тематику, що притаманна і для мистецтва, створеного без участі медіа-технологій, так і в певному сенсі специфічну, яка не може бути реалізована без залучення цифрового світу» [3; 45].

М. Дорош також наголошує, що «медіа мистецтво на сьогодні має багато жанрів та різновидів, які постійно змінюються і розвиваються: відеоарт, медіаінсталяції, медіаперформанс, інтернет-арт або нет-арт та ін.» [1].

Відтак у сучасній аудіовізуальній культурі завдяки соціальним медіа розвиваються нові види мистецтва, звернення до аналізу яких є актуальним напрямом сучасних культурологічних студій.

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасне мистецтво, яке розвинулося в умовах, наданих інтернетом, зокрема соціальними медіа, давно перебуває в колі наукового зацікавлення зарубіжних дослідників. У праці «Розширене Інтернет-мистецтво» [7] С. Мосс аналізує історію «розширених» практик інтернет-мистецтва, наголошує на мультидисциплінарному підході до онлайн-мистецької практики, обговорює останні течії в сучасній мистецькій практиці, викликані до життя соціальними медіа, смартфонами та швидкістю інтернету [7].

Журналістка і критик з Амстердама, одна з перших дослідників нет-арту Ж.Босмав книзі «Nettitudes: Давайте поговоримо про мережеве мистецтво» [4] документує бурхливу історію мистецтва, що виникло в мережі Інтернет: від вражаючих інтервенцій першого десятиліття до сьогоденних практик, включаючи онлайн-акустику, поезію та архівування [4].

Л. Ваккаро у магістерській роботі «Інтернет-мистецтво: інтерактивний ресурс хронології» аналізує мистецтво, створене за допомогою соціальних медіа, таке, що існує за межами інституціоналізованого простору галереї [8].

Провідна постать О. Холейф у світі мережевої культури у праці «Internet_Art: від народження Інтернету до розквіту NFT» досліджує творчість митців і події, існування яких визначили новітні ЗМІ від появи браузерного мистецтва до NFT, творців, чия мистецька кар'єра відбувається паралельно з розвитком Інтернету, який створив нові можливості для митців як аналогових, так і цифрових [6].

Серед українських дослідників виокремимо публікації М. Дорош «Net. art. Мистецтво у вікні браузера» [1], О. Оленєва «Мистецтво нових медіа та масові комунікації: спільне й відмінне» [2], А. Тормахової «Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер» [3]. Водночас в українській культурології праць, присвячених ролі соціальних медіа в сучасному мистецтві, не вистачає.

Мета дослідження – проаналізувати основні особливості та напрями мистецтва сучасної аудіовізуальної культури, детерміновані розвитком соціальних медіа.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед наголосимо, що особливістю нової медіа-творчості є те, що соціальні медіа вплинули на її презентацію, для реалізації завдань якої митці використовують певні платформи залежно від виду мистецтва. Так, художники публікують свої ілюстрації, малюнки, графічні роботи в Instagram, Twitter, Tumblr та Pinterest, фотографі діляться знімками в Instagram, Flickr, 500 px, дизайнери розміщують свої роботи, включаючи дизайн інтерфейсів, упаковки, реклами тощо, на платформах Behance, Dribbble та Instagram. Поети і письменники, зазвичай, своїми короткими текстами, блогами діляться у Twitter, Instagram, а також на платформах Medium, Tumblr та Live Journal.

Музиканти розміщують музику на платформах на кшталт Sound Cloud, Spotify, YouTube та Apple Music, а короткі музичні відео – на TikTok та Instagram, які водночас дають змогу їх і створювати.

Відеомистецтво представлене переважно у соціальних медіа у вигляді відеоблогів. Автори створюють відео з оповіданнями, оглядами, уроками та іншими темами, завантажуючи їх на YouTube, Instagram та інші платформи. Платформи TikTok і Instagram популяризували короткі креативні відеоролики.

Артисти стримінгують концерти, вистави, діджей-сети та інші виступи через платформи на кшталт YouTube, Twitch та Instagram Live. Популярними є не лише Livestream, а й віртуальні виступи, коли артисти демонструють художні перформанси в режимі реального часу або використовуючи віртуальні платформи.

На максимальну використовує переваги соціальних медіа нет-арт. Нет-арт (від англ. net – мережа, art – мистецтво) – це мережеве мистецтво, творчий напрям, який розвинувся з появою Інтернету та цифрових технологій. Він акцентує увагу на створенні та поширенні мистецтва, яке не потребує значних фізичних зусиль, традиційних мистецьких навичок чи відповідної освіти. Натомість акцент робиться на використанні соціальних медіа, технологій, кодування та онлайн-платформ. Нет-арт у соціальних медіа – це художні практики, що використовують платформи соціальних мереж та онлайн-комунікації як середовище для творчості: починаючи від створення інтерактивних постів на Instagram до проведення соціальних експериментів на Twitter.

Нет-арт виник у 1990-х роках; його представники використовували Інтернет та цифрові інструменти для створення художніх творів, які могли б бути доступними та легко поширювалися в онлайн-просторі: веб-сайти, інтерактивні інсталяції, мультимедійні роботи, цифрові колажі і под.

Принциповим аспектом нет-арту є його цифровий характер та акцентуація на відсутності необхідності використання традиційних матеріалів, а також необов'язковість фізичної присутності.

Одним із найбільш відомих і перших прикладів нет-арту є проєкт «Jodi.org», створений художниками Й. Хемскерк і Д. Песмансу 1994 р. Він став експериментальним веб-сайтом, що повністю порушує стандартні уявлення про дизайн і досвід користувача та представляє собою ландшафт хитромудрих дизайнів, створених на базовому HTML. Сайт порушує правила навігації, представляючи користувачеві хаотичне та дезорієнтуюче інтерфейсне середовище.

Культова робота JODI My % Desktop (2002 р.) є частиною постійної презентації колекції Музею сучасного мистецтва у Нью-Йорку. Робота представлена у вигляді монументальної інсталяції із чотирьох проєкцій, що демонструють скріншоти робочого столу JODI. Проєкт OXO (2018 р.) був представлений у галереї Lightbox у Гарвардському університеті. Твір є інтерактивною багатоканальною інсталяцією за мотивами старих комп'ютерних ігор і хрестиків-нуликів [5].

«ASCII Art Generator» – онлайн-інструмент, що перетворює заданий текст на мистецтво, створене з символів ASCII. Це приклад творчості з використанням технологій, доступних ще задовго до появи Інтернету.

«Zombo.com» – веб-сайт, зміст якого складається з абсурдних аудіозаписів та анімацій, а його слоган «Welcometo Zombocom» став популярним мемом.

На сайті <http://www.isaidif.net/> можна створювати художні абстракції за допомогою простих кліків мишки.

«TheUselessWeb» – веб-сайт, який при натисканні на кнопку «Please» відправляє користувача у випадковий абсурдний світ, що демонструє ідею про марні та безглузді онлайн-сенси.

«GeoCities-izer» – онлайн-інструмент авторства М. Лачера, який дозволяє перетворити сучасні веб-сайти на стилізовані під старомодні геосіті-сторінки, створені 13-річним підлітком у 1996 р. Це відсилає нас до дизайну та стилю Інтернету 1990-х років.

Цікавим є сайт www.zefrank.com/v_draw_beta/index3.html, на якому можна створити картину власним голосом за допомогою мікрофону комп'ютера.

Загалом справедливим є твердження М. Дорош: «Сайти художників нет-арту схожі на необмежений ігровий майданчик, де відвідувачі можуть безкінечно фантазувати. Деякі з таких порталів побудовано на відносно простих ідеях, наприклад, малюванні» [1].

Це лише деякі приклади нет-арту, воно може набувати різноманітних форм залежно від художніх цілей та технологій, що використовуються у кожному конкретному випадку. Важливо, що Інтернет та цифрові технології продовжують еволюціонувати, і це впливає на те, як розвивається нет-арт як художній напрям.

Ці приклади демонструють як соціальні медіа стали майданчиком для експериментів із новими формами мистецтва. Водночас основною особливістю соціальних медіа є можливість взаємодії з публікою, тому найбільш характерною особливістю мистецтва, опосередкованого соціальними медіа, є його інтерактивність.

Інтерактивне мистецтво у соціальних медіа – форма творчості, що використовує можливості Інтернету та соціальних платформ для взаємодії з глядачами, створення спільних проєктів та обміну

ідеями. Інтерактивність мистецтва соціальних медіа формує специфічне «віртуальне художнє середовища, де буде поступово зникати межа творення та сприйняття. Адже медіа-мистецтво нерідко втрачає «автора» завдяки спроможності копіювання певного твору, залучення спеціального програмного забезпечення, яке виконує роль інструменту, й в певному сенсі начебто зменшує роль творця» [3; 45], – наголошує А. Тормахова.

Митці створюють такі інтерактивні проекти, що максимально включають взаємодію з публікою: опитування, голосування, колективні творчі проекти, створення мистецьких продуктів на основі ідей та пропозицій від підписників тощо.

Так соціальні медіа стають платформою, що надихає на створення нових форм інтерактивного мистецтва. Розглянемо деякі з них.

Віртуальні виставки. Митці започатковують віртуальні галереї чи виставки, на платформах яких глядачі можуть вільно переміщатися, розглядати твори, залишати та читати про них коментарі. Прикладом може бути платформа likeknowslike.com, на якій художники представляють свої твори у форматі інтерв'ю.

Інтерактивні перформанси. Митець створює відео, в якому презентує дії, танці або інтерпретує певні теми. Ці відео можуть бути завантажені на платформи відеохостингу, такі як YouTube. При цьому художники можуть проводити онлайн-перформанси, включаючи глядачів у свою відеотворчість. Наприклад, це може бути трансляція живого живопису, створення колективних арт-проектів через коментарі чи навіть взаємодія із глядачами у реальному часі з використанням відео конференцій.

Колаборативні проекти. Ці проекти відзначаються чи не найбільшою інтерактивністю, позаяк митці запрошують глядачів взяти безпосередню участь у створенні твору. Це може бути колективне малювання, створення музики, написання історії через коментарі. Глядачі можуть комбінувати різні елементи (зображення, тексти та відео) для створення нових візуальних повідомлень або редагувати запропонований візуальний контент.

Генеративні проекти тісно сусідують із колаборативними, хоча передбачають використання інтерактивних генераторів, що дають змогу глядачам впливати на візуальні параметри твору, такі як кольори, форма та текстура. Вони передбачають більшу опору на використання алгоритмів і комп'ютерних програм для створення мистецьких творів.

Інтерактивні історії. Художники можуть створювати інтерактивні історії, де глядачі можуть самостійно розвивати сюжетну лінію, часто приймаючи рішення та виступаючи від імені персонажів. До інтерактивних історій можна віднести й інтерактивні пости, опитування, вікторини, анкети та інші форми контенту, які запрошують глядачів до спілкування. Наприклад, можна опублікувати голосування («голосуйте за наступний сюжет в історії»), загадки або виклики, що вимагають від користувачів виконання певних дій.

Художники також можуть використовувати коментарі під постами або твіти як частину твору мистецтва, створюючи цілісні історії чи візуальні ефекти, фактично реалізуючи «мистецтво коментарів». Узагалі дослідники наголошують, що сторінки в соціальних мережах, призначені для особистого та публічного використання, наприклад Youtube, Twitter та Instagram, часто використовуються митцями для творчості поряд із спеціалізованими медіа-сайтами Deviant Art і Artstation [8].

Деякі художники використовують платформи соціальних медіа для створення творів, граючи з форматами та суспільною реакцією. Наприклад, @art_txt на Twitter створює мистецтво з випадково генерованих рядків тексту.

Віртуальне мистецтво та VR-проекти. З використанням технологій віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) митці можуть створюють багатовимірні та візуально захоплюючі проекти, які глядачі можуть досліджувати та взаємодіяти з ними в онлайн-просторі.

Водночас, якщо уважно прослідкувати за проаналізованими мистецькими презентаціями, то можна з упевненістю сказати, що «мистецькі практики у нових медіа орієнтовані на зорове сприйняття чи на поєднання зорового та аудіального, яке має ще більший вплив на слухача» [3; 44], а відтак підкріплює висновки про домінування аудіовізуального у сучасній культурі, яке лише змінює свої форми, зокрема під впливом інтерактивності соціальних медіа. С. Мосс наголошує, що інтернет-мистецтво більше не визначається виключно його існуванням у мережі; швидше, сучасні митці створюють мистецтво про інформаційну культуру, використовуючи різні методи як онлайн, так і офлайн [7].

Оскільки інтернет-технології та соціальні платформи постійно розвиваються, розвиватимуться і різноманітні та надихаючі на творчість можливості для створення та поширення нових мистецьких форм. «Митці презентують нову медійну техносферу (цифрову кібер-реальність) як швидкоплинну й максимально нестійку, дискомфортну, неочікувану, з нелюдськими законами рециркуляції ринкового й символічного капіталу, незрозумілу і багатозначну» [2; 83]. Так інтерактивне мистецтво у

соціальних медіа відкриває нові шляхи для художників та глядачів для взаємодії, співтворчості та натхнення. «Будь-то режисер, скульптор, музикант, художник, фотограф, письменник, поет чи танцюрист, створення нет-арту дозволяє творцю вирватися з кута, в заручниках якого десятиліттями тримала його традиційна мистецтвознавча критика» [4].

Усе дозволяє подолати межі часу та простору, зробивши мистецтво доступним для широкої аудиторії та стимулюючи творчий обмін. А соціальні медіа створюють умови, щоб митці та просто креативні користувачі мали можливість демонструвати свої роботи широкому загалу, взаємодіяти з шанувальниками та колегами, отримувати зворотний зв'язок та знаходити нові можливості для розкриття своєї творчості.

Тому всі ці приклади лише демонструють різноманітність підходів до мистецтва в соціальних медіа. Адже важливою частиною такого мистецтва є залучення глядачів та взаємодія з ними, а також гра з віртуальністю та реальністю в онлайн-світі. Ж. Босма називає інтернет-мистецтво таким, що може бути присутнім у кількох місцях одночасно, яке пов'язує свою аудиторію з іншими інтернет-культурами, створюється з усвідомлення чи глибокого залучення у світ, перетворений складними технічними ансамблями [4].

Висновки. У сучасній аудіовізуальній культурі медіа-мистецтво виділяється як тренд, що привносить інновації та нові виміри у сприйняття та створення художніх проєктів. Основними характеристиками такого мистецтва, опосередкованого, зокрема, розвитком соціальних медіа, є: 1) інтеграція технологій та мистецьких форм, позаяк воно поєднує мережеві можливості та художнє вираження, дозволяючи художникам експериментувати з різними видами аудіовізуальних форматів. Це піднімає мистецтво до нового рівня, надаючи нескінченні можливості для втілення творчих ідей; 2) 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; 3) переосмислення візуальних стандартів: медіа-мистецтво деформує звичні візуальні 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.

Загалом медіа-мистецтво сучасної аудіовізуальної культури уособлює динамічну епоху, в якій медіа-технології та креативність тісно переплітаються, привносячи нові форми презентації.

Список використаної літератури

1. Дорош М. Net.art. Мистецтво у вікні браузера. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/8748/2011-11-01-netart-mystetstvo-u-vikni-brauzera/>
2. Оленев О. Мистецтво нових медіа та масові комунікації: спільне й відмінне. *Сучасне мистецтво*. 2013. Вип. 9. С. 79-84.
3. Тормахова А.М. Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер. *Вісник Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 3. С. 42-46.
4. Bosma J. *Nettitudes: Let'sTalk Net Art*. nai010 publishers, 2011. 252 p.
5. Harvard. «Exhibitions, JODI: OXO | HarvardArtMuseums». URL: www.harvardartmuseums.org. Retrieved 2019-11-01.
6. Kholeif O. *Internet_Art: From the Birth of the Web to the Rise of NFTs*. Phaidon Press, 2023. 296 p.
7. Moss C. *Expanded Internet Art*. Bloomsbury Publishing, 2019. 170 p.
8. Vaccaro L. *Internet art: An interactive timeline resource*. Masters Theses. 2022. 67 p. URL: <https://commons.lib.jmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1194&context=masters202029>

Reference

1. Dorosh M. Net.art. *Mystetstvo u vikni brauzera*. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/8748/2011-11-01-netart-mystetstvo-u-vikni-brauzera/>
2. Oleniev O. *Mystetstvo novykh media ta masovi komunikatsii: spilne y vidminne*. *Suchasne mystetstvo*. 2013. Vyp. 9. S. 79-84.
3. Tormakhova A.M. *Audiovizualni praktyky novykh media ta yikh komunikatyvnyi kharakter*. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*. 2021. № 3. S. 42-46. Bosma J. *Nettitudes: Let'sTalk Net Art*. nai010 publishers, 2011. 252 p.
4. Harvard. «Exhibitions, JODI: OXO | HarvardArtMuseums». URL: www.harvardartmuseums.org. Retrieved 2019-11-01.
5. Kholeif O. *Internet_Art: From the Birth of the Web to the Rise of NFTs*. Phaidon Press, 2023. 296 p.
6. Moss C. *Expanded Internet Art*. Bloomsbury Publishing, 2019. 170 p.
7. Vaccaro L. *Internet art: An interactive timeline resource*. Masters Theses. 2022. 67 p. URL: <https://commons.lib.jmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1194&context=masters202029>

MEDIA ART AS A TREND OF MODERN AUDIOVISUAL CULTURE

Suchkov Denys – Assistant of the department of film and television arts,
Kyiv National University of Culture and Arts

The article analyzes the main features and directions of the art modern audiovisual culture, in particular those determined by the development of Internet technologies, in particular social media. As internet technology and social platforms continue to evolve, so will the diverse and creatively inspiring opportunities to create and share new art forms. Emphasis is placed on the dominance of audiovisual in modern culture, which only changes its forms, in particular under the influence of social media interactivity.

The main characteristics of media art, mediated, in particular, by the development of social media, are defined: 1) integration of technologies and artistic forms; interactivity: media art actively involves the viewer in the process of perception and interaction with the work. Interactive installations, virtual reality and augmented reality give everyone the opportunity to become the author of a work, experiencing a unique creative experience; deformation of the usual visual standards and structure, giving artists freedom of expression and new ways of conveying content, which contributes to the destruction of stereotypes and the expansion of horizons for creativity. All this expands the spectrum of creative approaches and inspires the creation of unique works.

Key words: media art, net art, audiovisual culture, social media, interactivity.

UDC 316.77:070 (008)

MEDIA ART AS A TREND OF MODERN AUDIOVISUAL CULTURE

Suchkov Denys – Assistant of the department of film and television arts,
Kyiv National University of Culture and Arts

The purpose of the research is to analyze the main features and directions of the art of modern audiovisual culture, determined by the development of social media.

Research methodology. The article uses a number of general scientific and special research methods integrated from cultural studies, art history, medieval studies. Such a methodological combination made it possible to analyze modern media art as an integral component of modern audiovisual culture, the formation of which was influenced by the development of Internet technologies, in particular, social media.

The scientific novelty consists in substantiating the interdependence of modern art and the development of social media.

Key words: media art, net art, audiovisual culture, social media, interactivity.

Надійшла до редакції 23.08.2023 р.

УДК 316.65

**СУЧАСНІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ**

Побережець Ганна Степанівна – кандидат історичних наук,
старший викладач кафедри українознавства,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв
<https://orcid.org/0000-0002-9064-6731>
DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.728ann20081988ann@gmail.com>

Левченко Микола Григорович – кандидат педагогічних наук,
доцент, професор кафедри культурології,
декан факультету культури і мистецтв,
Херсонський державний університет, м. Івано-Франківськ
<https://orcid.org/0000-0002-4069-17295172029@gmail.com>

Форостян Анатолій Федорович – кандидат педагогічних наук,
доцент, виконувач обов'язків завідувача кафедри культурології,
Херсонський державний університет, м. Івано-Франківськ
<https://orcid.org/0000-0002-1823-4628aforostan00@gmail.com>

Розглянуто соціокультурні тенденції сьогодення та їх роль у розвитку й утвердженні національної свідомості українців. Досліджено, як саме під час російського повномасштабного вторгнення під впливом соціокультурних процесів зросла національна свідомість українців. Розглянуто поняття «національна свідомість» як цілісна система самовираження людини, яка відносить себе до конкретної національної спільноти відповідно до спільних їй