МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

СИНЕРГІЯ ТУРИЗМУ, ГОСТИННОСТІ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції

Рекомендовано Вченою радою
факультету культури і креативних індустрій
Київського національного університету технологій та дизайну

Київ 2026

УДК: 338.48:[338.483.13:392.72]:338.46:008(08)

Редакційна колегія:

Бойко Я.В. – доктор філологічних наук, професор, зав. кафедри філології та перекладу Київського національного університету технологій та дизайну;

Бурназова В.В. – кандидат педагогічних наук, доцент, зав. кафедри сценічного мистецтва і культури Київського національного університету технологій та дизайну;

Коваль Л.М. - доктор технічних наук, член спілки дизайнерів України, академік Національної академії наук вищої освіти України, зав. кафедри цифрового мистецтва Київського національного університету технологій та дизайну;

Томіч Л.М. – кандидат медичних наук, доцент, зав. кафедри фізичного виховання та здоров'я Київського національного університету технологій та дизайну;

Сущенко О.А. - доктор економічний наук, професор, зав. кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну;

Трусова І.В. – декан факультету культури і креативних індустрій Київського національного університету технологій та дизайну;

Черняк Д. С. – канд. соціол. наук, доцент, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури Київського національного університету технологій та дизайну.

Рецензенти:

Фурдичко А.О. – доктор мистецтвознавства, кандидат культурології, професор, заслужений артист України, зав. кафедри естрадного співу КНУКіМ.

Турейський І.О. – доктор філософії з історії та археології, молодший науковий співробітник відділу «Український етнологічний центр» Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Т.Рильського НАН України.

За зміст, точність викладених фактів, цитат і посилань, а також оформлення списку використаних джерел несуть відповідальність автори та наукові керівники.

Рекомендовано Вченою радою факультету культури і креативних індустрій
Київського національного університету технологій та дизайну
(Протокол № 10 від 11 червня 2026)

Синергія туризму, гостинності та креативних індустрій: наука, освіта, практика: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції / ред: І.В. Трусова, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2026. 450.с.

Збірник наукових праць адресовано науковцям, викладачам, здобувачам освіти, а також фахівцям відповідних галузей.

УДК: 338.48:[338.483.13:392.72]:338.46:008(08)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ
КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНОМУ ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Herchanivska P. Representations of violence in contemporary cultural and creative industries: between memory, narratives and performative practices……...12
Вовк М. Культурологічні дослідницькі і освітні практики викладачів-фольклористів……15
Копієвська О. Екосвідомість та культурні креативні індустрії: принципи взаємодії……17
Міранков С. Студентський аудіовізуальний контент у системі культурної політики та креативних індустрій України……20
Філіпчук Н, Грищенко Ю. Формування музейної політики в сучасних умовах: тенденції та перспективи розвитку……25
Бойчук І. Мистецькі проєкти як інструмент культурно-мистецької синергії……..…….29
Вишпінська Я., Мокрогуз І. Буковина у полікультурному вимірі – досвід традицій і сучасні тенденції розвитку музичної культури……33
Данник К. Прикладна культурологія та діджитал культура в контексті стратегій сталого розвитку: апсайклінг як соціокультурна практика трансформації……36
Кадлубович Т. Роль креативних індустрій в трансформації політичної культури сучасного суспільства…….……38
Матяш С. Критичний реалізм у дослідженні перформативного мистецтва пізнього модерну: філософський досвід……40
Множинська Р. Тенденції та перспективи розвитку креативних індустрій у контексті сталого розвитку…….……42
Множинська Р., Багієва А. Книжкова обкладинка як продукт креативних індустрій: візуальні трансформації та дизайнерські концепції…….44
Множинська Р., Гуцалюк Е. Мурал як форма публічного мистецтва в контексті культурних та креативних індустрій……46
Множинська Р., Філінова Д. Соціальна взаємодія медіакультури та віртуальної реальності……..48
Проданюк Ф. Етнопсихологічні особливості взаємодії в полікультурному середовищі……51
Черняк Д., Зливко А. LEGO як феномен сучасної культури……54

Черняк Д., Смирська Д. Феномен брейнрот-культури в цифровому середовищі…….56
Кирстюк О. Артистизм вокального ансамблю як чинник розвитку сценічного мистецтва сучасних креативних індустрій (на прикладі ансамблю «ФольькModern»)……59
Барвицький К. Діджиталізація культурного простору України як фактор розвитку креативних індустрій у глобальному полікультурному середовищі ……62
Беззуб В., Копієвська О. Культурні та креативні індустрії в оптиці розвитку архівної справи……64
Беленчук Ю., Бурназова В. Мода як культурне явище: ідентичність, влада та символіка……...67
Бондарь С., Берковський В. Музей як соціокультурний інститут в постіндустріальному суспільстві……70
Борисова В., Данник К. Семіотичний код фешн-індустрії: візуальний образ як об'єкт мистецтва……72
Живодров М., Новікова Л. Є. Принципи формотворення композиції кінокадру в операторському мистецтві……..……75
Каріна М., Данник К. Соціальні мережі як інструмент привернення уваги до виставок у сучасному культурному просторі……78
Кравченко Ж., Берковський В. Візуальні символи сучасної культури: від сакральних образів до мас-медійних ікон……..……81
Кулик М., Берковський В. Музейна аудиторія як об’єкт культурологічного аналізу……83
Лебединська Є., Бурназова В. Архіви Києва як джерело репрезентації культурної травми в сучасному мистецтві та літературі……86
Лепшєєв В., Данник К. Звук як інструмент музейного досвіду: електронна та експериментальна музика в сучасних музеях……88
Ліпінський Д., Берковський В. До питання визначення поняття «цифрова культура»……91
Лубик А., Бурназова В. Віртуальна екскурсія як інструмент цифрової репрезентації спадщини української діаспори в США……93
Мамренко В., Данник К. Війна в оптиці українських мистецьких сюжетів……96
Митчик Д., Данник К. Формування наративів у воєнному та післявоєнному українському кіно: режисерський та сценарний ракурси……99
Одінцов А., Бурназова В. Вплив глобальної поп-культури на національні культурні традиції……..101
Раад К., Копієвська О. Мистецтво як форма репрезентації соціокультурних викликів у сучасних креативних індустріях……104
Степаненко М. Синергія театрального та хореографічного мистецтва у системі креативних індустрій та сучасних сценічних практиках..……106

Фарбак Д., Копієвська О. Особливості формування афроамериканських та латиноамериканських культур в США……108
Федорук А. Документальне кіно в оптиці функціонування креативних індустрій: український контекст дистрибуції та фестивального обігу……..110
Ченцова А., Берковський В. Історична пам'ять і культура як основа національної ідентичності……113
Щербина Д., Данник К. Кадровий потенціал реставраційної сфери як основа розвитку культурного туризму в Україні……115
Колесник С., Захожай З. Політична символіка в умовах диджиталізації: трансформація функцій та механізмів впливу……119

СЕКЦІЯ
СЦЕНІЧНЕ МИСТЕЦТВО
В ПРОСТОРІ СУЧАСНИХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ:
ВІД ТРАДИЦІЙ ДО ПЕРФОРМАНСУ

Бажанов М., Ванюга Л. Перформативні практики в туризмі: трансформація міського простору в театральну сцену……..……121
Погребняк М. Танцтеатр Джона Ноймайєра на сцені і в кіно: творчій метод, приклади режисури і танцювальної складової його окремих вистав……123
Сомов Л. Психологічні аспекти театрального мистецтва в умовах війни: терапевтична роль та суспільні трансформації……128
Трусова І. Театральний фестиваль як платформа розвитку молодіжної творчості та міжінституційної співпраці…..……141
Ардельян Л. Використання штучного інтелекту у створенні повнометражних та короткометражних фільмів……145
Бурназова В. Харизматична фасилітація як інструмент розвитку людського капіталу у виконавських мистецтвах……149
Кирея М., Панасюк К. Інтеграція музично-виконавських та акторських засобів Богдана Антківа у сценічному втіленні ролі Наливайко у виставі «Наливайко» на сцені Тернопільського обласного музично-драматичного театру імені Т.Г.Шевченка……152
Лацік Є., Небесна Ю. Тіло як медіум: роль пластичного театру в розвитку сучасних перформативних практик……155

Тараненко Ю. Роль хореографічного мистецтва в формуванні сценічної виразності майбутніх акторів у процесі професійної підготовки……157
Тараненко Ю., Городенко А. Класичний танець як складова професійної підготовки акторів……..159
Бінєєва А. Аналіз ефективності онлайн-технологій у викладанні дисципліни «Сценічна мова»……161
Кіно В. Театральна етика. Моральність, мистецько-професійні вимоги та сучасні виклики……163
Кіно Д. Внутрішній монолог як один з основних елементів акторської майстерності та сценічної мови. Практика створення……166
Кочержук Д. Візуальна репрезентація музичного продукту в креативних індустріях: аналіз оформлення українських CD-релізів……168
Кочержук Д., Городенко А. Еко-перформанс та сталий розвиток сценічної культури на зламі XX – XXI ст……170
Кочержук Д., Осадчук Д. Трансформація класичної драматургії під формат екранів смартфонів та стрімінгових сервісів……172
Кочержук Д., Прокопенко К. Від класичної опери до мюзиклу: історична еволюція музично-сценічних форм у XX – XXI століттях……174
Кочержук Д., Пухальська С. Мюзикл як комерційна домінанта: аналіз «Бродвейської» та «Вест-ендської» моделей як еталонів індустрії розваг……175
Кочержук Д., Торяник Д. Мистецтво в часи криз: сценічні проєкти як засіб реабілітації та формування національної ідентичності……...178
Кулик Д. Київська школа танців «Dream Team» як приклад креативної індустрії……180
Махотіна Ю. Методична адаптація вокального матеріалу в системі акторської підготовки……182
Артемова Я., Джим П. Вплив акторської майстерності на реальне життя в креативних індустріях: аналіз застосування акторських технік у сучасному українському театрі та кіно……185
Гісь Д., Бурназова В. Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка в умовах війни як соціокультурний феномен у контексті суспільних трансформацій……187
Городенко А., Бурназова В. Театральна педагогіка як інструмент особистісної трансформації……190
Ключинська А., Бурназова В. Кіномистецтво як інструмент трансляції культурних цінностей у полікультурному середовищі……193
Осадчук Д., Бурназова В. Групова динаміка та творчий клімат у підготовці акторів як чинники розвитку сценічного мистецтва в просторі сучасних креативних індустрій……196
Перевозняк А., Бурназова В. Тіло як медіум у сучасному візуальному мистецтві……199

Прокопенко К., Бурназова В. Вербальні та невербальні засоби виразності актора в контексті сучасних перформативних практик……201
Пухальська С., Бурназова В. Емпатія як інструмент сценічної взаємодії актора і глядача……204
Стульнікова К., Бурназова В. Професія актора в умовах діджиталізації як чинник розширення меж сценічного існування……208
Торяник Д., Бурназова В. Сценічний образ як інструмент культурної ідентичності в умовах глобалізації……211

СЕКЦІЯ
DIGITAL ART ТА ХУДОЖНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Гиріна Т. Від радіоскетчу до цифрового сторітелінгу: трансформація звукових образів радіомовлення української еміграції в контексті візуальної культури……215
Коваль Л., Трегуб А. Цифрова фотографія як засіб створення варіативних графічних текстур……219
Сентяков В., Лазарев О., Котух Є. Генеративний штучний інтелект як інструмент створення цифрових мініатюр……221
Пашукова С., Віксенко А., Нестеренко Д. Естетика недосконалості у цифровому скетчінгу……223
Пашукова С., Когтєва А. «Creature Design» у цифровому середовищі: від реальної анатомії до художньої інтерпретації……225
Гаспарянц А., Васильєв О. Інтерпретація українських традиційних орнаментів у сучасному цифровому графічному дизайні……227
Сердюк В., Копієвська О. Трансформація манги як візуального коду сучасної культури в епоху цифровізації……230

СЕКЦІЯ
ЛІНГВО-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Boiko Ya., Kononenko A. Translation of etiquette formulas in intercultural communication: ukrainian and english perspectives……232
Boiko Ya., Savchenko L. Emotionally expressive vocabulary……236
Fedorenko S. Translation as Cultural Negotiation: Power, Identity, and Meaning Across Languages……..239
Ameridze O. Translation as a mediator between cultures: linguistic and cultural aspect……242

Bondarenko O. Role of cultural concepts in the process of intercultural communication……244
Gudkova N. Cultural and linguistic adaptation in translating corporate communication: evidence from Ukrainian and English contexts……247
Загайська Г., Петришин М. Стилістичний потенціал звертання в Одах Горація……249
Khalabuzar O. Generations' communication via archetypes in the trilogy «The Lord of the Rings» (J. R. R. Tolkin)……253
Liubimova N., Bazas A. Book illustration as a linguocultural code in intercultural communication: historiography, evolution, and modern practices……257
Roienko L. Idiomaticity of language as a signature of culture……259
Demchuk D., Masiuk A., Roienko L. The role of artificial intelligence in the creation of contemporary visual art……..262
Zhuravlova D., Kugai K. Language as a Representation of Cultural Identity in Multilingual Contexts……264
Kalyta L., Liubimova N. Translating niche narratives through the visual language of art-zines: a linguocultural approach to intercultural communication……..…267

СЕКЦІЯ
ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: СИНЕРГІЯ СЕРВІСУ, МАРКЕТИНГУ ТА УПРАВЛІННЯ

Бучко Ж. «Мандротерапія» як ефективна модель адаптивного туризму для ветеранів ЗСУ……..269
Зубов В., Белькова С. Екотуризм як інструмент сталого розвитку регіонів: сучасні тенденції та перспективи……272
Кузишин А. Інноваційні стратегії розвитку туризму країн центрально-східної Європи під впливом українсько-російської війни……274
Сущенко О., Чайковський С. Вплив репутації на конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу……278
Хаїнська О. Наратив людської подорожі та культурологічні аспекти туризму: від біблійних мотивів до сучасного посттуризму……283
Хаїнська О., Андреєва О. Інноваційні стратегії розвитку готельного бізнесу в умовах трансформації туристичного ринку України……286
Хаїнська О., Бірюкова М. Економічна стійкість ресторанів під час війни: механізми адаптації та відновлення……289
Хаїнська О., Бондарчук М. Впровадження інноваційних технологій в діяльність підприємств індустрії гостинності……292

Хаїнська О., Лагутіна М. Адаптація готельно-ресторанних підприємств України до умов воєнного стану та нестабільного попиту……294
Хаїнська О., Ящук В. Організація роботи піцерії в спальному районі та шляхи підвищення її конкурентоспроможності……296
Ціватий В. Концепт «велнес-туризм» у сфері гостинності, культурних і креативних індустрій: міжнародно-політичний, оздоровчо-адаптивний та інституціональний дискурси……299
Хачатурян Н., Межлумян М. Вірменська діаспора та внутрішній туризм у контексті підприємництва (на прикладі чеської компанії «Marlenka»)……..303
Ахмедова О., Жарова А. Цифрові технології у сфері готельно-ресторанного бізнесу……304
Ахмедова О., Ковган А. Актуальні підходи до просування ресторану……...307
Ахмедова О., Мнишенко Н. Проєктування споживчих вражень у барній індустрії……310
Ахмедова О., Фатхуллоєва З. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану……312
Ахмедова О., Хижук С. Фактори формування ціни у ресторані……315
Akhmedova O., Momot D. Customer loyalty formation in the hotel industry……..……317
Akhmedova O., Savina A. Tiktok as a marketing tool for hotel promotion……..320
Akhmedova O., Serdiuk I. Enhancing employees' professional development in the hospitality industry……323
Богайчик Ю. Синергія туризму, гостинності та креативних індустрій у мережі креативних міст ЮНЕСКО: досвід міста Харкова……326
Демків Ю. Менеджмент конкурентної політики у сучасному глобальному ресторанному бізнесі……330
Єрмаков В., Сарнавський С. Умови формування кластерів водного туризму на Полтавщині……332
Семенюк Л., Біла К. Роль інтерактивних технологій у розвитку ресторанного бізнесу……335
Ткачук Л., Барилюк Д. Сервіс-дизайн як інструмент формування клієнтського досвіду у ресторанному бізнесі……337
Ткачук Л., Калюжна І. Актуальні тенденції та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Київському регіоні……340
Ткачук Л., Коритна А., Солоп І. Репутаційний менеджмент готелю в цифровому середовищі: аналіз відгуків як інструмент стратегічного управління……343
Ткачук Л., Лук'янчук В. Стандарти обслуговування в готельному бізнесі та їх роль у формуванні конкурентоспроможності……346
Ткачук Л., Науменко К. Інноваційні підходи до підвищення якості сервісу в закладах ресторанного господарства……..…349

Ткачук Л., Олексієнко А. Цифрові маршрути Шевченковими місцями: сучасні технології в туристичній практиці……...351
Ткачук Л., Полулях А. Лікувально-оздоровчий туризм в Україні: сучасні тенденції та перспективи розвитку……354
Ткачук Л., Сальнікова А. Фактори розвитку винного туризму та його вплив на соціально-економічний розвиток територій…….356
Ткачук Л., Трет'як Ю. Удосконалення якості сервісу ресторанних підприємств як чинник підвищення їх конкурентоспроможності…….360
Ткачук Л., Хоменко Д. Формування конкурентних переваг ресторану в сучасному глобальному середовищі……363
Тонких О., Лемешев А. Інноваційні стратегії цифрового маркетингу в готельному бізнесі: синергія сервісу, маркетингу та управління……...366
Чернихівська А. Соло-туризм як драйвер індивідуалізації послуг та модернізації готельно-ресторанного сервісу……368
Килюшик О., Ахмедова О. Удосконалення просування готельно-ресторанного підприємства на основі інструментів соціальних мереж……371
Корженко Я., Семенюк Л. Сучасний стан і перспективи розвитку гірськолижного туризму в Україні……375
Кравченко Я., Трень А., Ткачук Л. Шевченківські місця як ресурс розвитку національного туризму……...378
Мацапура Д., Семенюк Л. Вплив онлайн-репутації на попит і прибутковість готельних підприємств……380
Постолатій М., Ткачук Л. Маркетингова діяльність готельного комплексу та напрями її вдосконалення……382
Скоренко Я. Інноваційні підходи до розвитку нішевого туризму: досвід Мавританії та практика стандартизованої гостинності……385
Хамбір А. Сталий розвиток туризму та готельно-ресторанного бізнесу: управлінські інновації в умовах глобальних викликів……388
Шевелюк А., Семенюк Л. Світові тенденції та сучасні моделі розвитку сегменту Horeca. ……392
Яковенко Д., Семенюк Л. Розробка військового туру в Київській області……395

СЕКЦІЯ
ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖУВАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ, РЕКРЕАЦІЯ ТА ФІЗИЧНА АКТИВНІСТЬ ЯК ОСНОВА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

Добровольська Н., Бакшалов О. Актуальні проблеми фізичного виховання студентської молоді у закладах вищої освіти……398

Добровольська Н., Буднік О. Взаємозв'язок фізичної підготовленості та надмірної маси тіла студентів……400
Добровольська Н., Залозний Р. Метод колового тренування як засіб удосконалення техніки упору кутом у спортивній аеробіці на етапі початкової підготовки……402
Литвиненко Ю. Біомеханіка фізичних вправ: сучасний стан та перспективи розвитку……405
Внукова О., Грабовський Д. Формування дослідницької компетентності у майбутніх фахівців із фізичної культури і спорту……...408
Зеленюк О., Ілляшенко Р. Соціально-педагогічні аспекти формування уявлень про фізичну культуру і спорт……411
Зеленюк О., Марусич Г. Методи та засоби спортивного тренування на етапі базової підготовки……414
Зеленюк О., Мороз О. Оздоровчий біг як чинник розвитку фізичної підготовленості студентської молоді……417
Копилець Є., Шкурпела М. Спортивно-оздоровчий туризм у дитячо-юнацькому середовищі: соціокультурний контекст……419
Сіренко П. Сучасні напрямки здоров'язбережувальних технологій ……423
Томіч Л. Роль педагогічного проєктування у формуванні професійної компетентності фахівців фізичної культури і спорту……427
Томіч Л., Гаєвой Б. Вплив рухової активності, дієт і голодування на корекцію форм тіла студенток……432
Томіч Л., Кебкал В. Порушення постави та педагогічні засоби їх корекції й профілактики у студентів Київськго національного університету технологій та дизайну….. ……435
Черновський С., Борознюк Н. Проблеми та перспективи фізичного виховання студентської молоді у закладах вищої освіти……438
Черновський С., Кунгурцев Р. Використання засобів футболу у фізичному вихованні студентської молоді у закладах вищої освіти……440
Черновський С., Сколота Е. Фізичне виховання і спорт як чинники формування здорового способу життя студентів……..444
Kinchevska P., Khatuntseva S. Pedagogical conditions for implementing health-saving technologies in group work on biology and health basics in the context of barrier-free education……447

СЕКЦІЯ
КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНОМУ ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

UDC: 008:316.7
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3647-6265

REPRESENTATIONS OF VIOLENCE IN CONTEMPORARY CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES: BETWEEN MEMORY, NARRATIVES AND PERFORMATIVE PRACTICES

Herchanivska P. E., Doctor of Cultural Studies, Professor,
Head departments Cultural Studies,
National University of "Kyiv-Mohyla Academy"

Keywords: representations of violence, cultural memory, trauma, performativity, contemporary Ukrainian art.

Modern socio-cultural transformations, caused by global crises, military conflicts and profound social shifts, actualize the problem of the representation of violence in cultural and creative industries. In this context, violence ceases to be only a subject of depiction or documentation and appears as a complex cultural phenomenon that requires interpretation within symbolic, narrative and performative systems. Cultural practices increasingly take on the function of not only reflecting, but also understanding traumatic experience, transforming it into a form of collective memory.

Contemporary studies of cultural memory [2] emphasize that memory is not a static archive of the past, but a dynamic process of constructing meaning. In this sense, representations of violence act as a key mechanism for the formation of shared experiences that determine the identity of communities. Creative industries, including visual arts, theater, film, digital media, and performance, create a multidimensional space where individual experiences of trauma are integrated into broader cultural narratives.

The category of corporeality plays a special role in this process. The body in contemporary cultural practices functions as a memory carrier and a tool of communication, reflecting the experience of pain and violence [5]. In contrast to classical representations, where the body was often idealized or subordinated to heroic narratives, in contemporary art it appears as a ″body-witness″, recording traces of trauma, loss and violence. Such a paradigm shift corresponds to the transition from representation to testimony, where not only the depiction of an event becomes important, but also its experience and ethical understanding.

The concept of the "body-witness" is closely related to the development of post-traumatic studies [4], which consider trauma as an experience that is not

fully verbalized and requires alternative forms of representation. This is where performative practices play a crucial role. Performance as a form of direct bodily presence creates conditions for the actualization of traumatic experience in the ″here and now″, involving the viewer in processes of empathy and reflection.

An important trend in contemporary representations of violence is the rejection of its aestheticization. While in traditional forms of art violence often took on aesthetically appealing or heroic forms, today the emphasis is shifting to an ethical dimension. Artistic practices seek to avoid trivializing or commercializing trauma, focusing instead on creating a space for critical reflection. In this context, the question of the artist's responsibility to the viewer and society becomes particularly important.

An analysis of contemporary Ukrainian art [1] demonstrates the formation of a new iconography of violence, which emerged as a result of the experience of war and social upheavals of recent years. In these practices, violence is represented through fragmented images, symbolic codes, and bodily gestures that are not always amenable to unambiguous interpretation.

The interaction between individual and collective memory attracts special attention. Artistic practices seek to avoid trivializing or commercializing trauma, focusing instead on creating a space for critical reflection and ethical engagement with violence [3]. In this process, the viewer plays an important role, who ceases to be a passive observer and becomes an active participant in the interpretation.

Performative practices, in particular, open up new possibilities for interaction between artist and audience. They create a space of co-presence, where the boundary between subject and object of representation becomes conditional. Such interaction contributes to a deeper understanding of traumatic experience and forms new models of ethical communication.

In the context of globalization and the development of digital technologies, representations of violence are becoming transnational. Images and narratives circulate in the global media space, influencing the formation of ideas about conflict, war and trauma. This creates new challenges related to the interpretation and contextualization of such representations, as well as the risk of their simplification or manipulation.

Thus, representations of violence in contemporary cultural and creative industries should be viewed as a complex multidimensional process that integrates different levels of cultural experience – from the individual experience of trauma to its collective understanding within social narratives. This process unfolds at the intersection of memory, narrative structures, and performative practices, forming a dynamic field of meaning-making in which not only the representation but also the reconfiguration of the experience of violence takes place.

Memory in this context functions not as a passive preservation of the past, but as an active mechanism of its interpretation, constantly reinterpreted in the

light of new historical and socio-cultural circumstances. Narratives, in turn, provide the structuring of this experience, giving it a comprehensible form and including it in broader discursive systems. At the same time, performative practices – through corporeality, affectivity and situationally – actualize this experience in the space of "here and now", creating conditions for its direct experience and collective comprehension.

In this sense, representations of violence go beyond the simple reflection of reality and take on the character of a productive force that shapes cultural meanings and social representations. They influence how society interprets traumatic events, defines the limits of what is permissible, and forms ethical guidelines. Through cultural practices, violence can be both normalized or aestheticized and critically reinterpreted, which makes art an important tool not only for representation, but also for the regulation of social experience.

The role of art as a space for ethical reflection is of particular importance. Artistic practices create an opportunity to understand traumatic experiences beyond the boundaries of purely rational discourse, involving emotional, affective and bodily dimensions. In this context, art acts as a mediator between the individual and the collective, between experience and its interpretation, contributing to the formation of new models of social interaction and collective identity. It can also perform a transformative function, opening up space for the reinterpretation of trauma, its symbolic processing and integration into cultural memory.

At the same time, modern cultural and creative industries operate in a globalized media space, which significantly complicates the processes of representation of violence. Images and narratives circulate in transnational networks, acquiring new meanings in different cultural contexts. This creates tensions between local forms of memory and global media discourses, where there is a risk of simplification, universalization or even commercialization of traumatic experiences. At the same time, such processes open up opportunities for intercultural dialogue and the formation of new forms of solidarity.

Prospects for further research in this area are related to in-depth analysis of specific cases of contemporary art, which will allow to reveal the specifics of different strategies of representation of violence in different cultural contexts. It is also important to study the interaction between local and global forms of representation, in particular in the context of post-conflict societies, where issues of memory, trauma and identity become particularly acute.

The role of digital platforms and new media, which are radically changing the ways in which cultural representations are created, distributed and perceived, deserves special attention. Digital technologies not only expand the possibilities of artistic expression, but also shape new modes of memory, where the boundaries between documentation, representation and experience become blurred. In this context, it is important to study the ethical aspects of digital representations of violence, in particular the problems of visual overload, desensitization and manipulation of images.

List of sources used

1. Павловська С. Я. Художня артикуляція колективної травми через тіло в українському мистецтві 2022–2025 років. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія. 2025. Вип. 30, С. 239–255.
2. Assmann J. Cultural Memory and Early Civilization. Cambridge University Press, 2011. 334 p.
3. Butler J. Frames of War: When Is Life Grievable? London: Verso, 2009. 193 p.
4. Caruth C. Unclaimed Experience: Trauma, Narrative, and History. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1996. 167 p.
5. Scarry E. The Body in Pain: The Making and Unmaking of the World. New York: Oxford University Press, 1985. 385 p.

УДК 378.091.12:398:001.891

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ДОСЛІДНИЦЬКІ І ОСВІТНІ ПРАКТИКИ ВИКЛАДАЧІВ-ФОЛЬКЛОРИСТІВ

Вовк М. П., доктор педагогічних наук, професор,
член-кореспондент НАПН України,
завідувач відділу змісту і технологій педагогічної освіти,
член кафедри ЮНЕСКО «Неперервна професійна освіта XXI століття»
Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України

Ключові слова: фольклористика, культурологічний підхід, дослідницькі практики, педагогічна освіта, національно-культурний компонент, викладач-фольклорист, освітні практики.

Актуальність культурологічних дослідницьких і освітніх практик викладачів-фольклористів зумовлена сучасними викликами збереження національної ідентичності, культурної спадщини та необхідністю системної ретрансляції фольклорного досвіду в умовах трансформаційних змін українського суспільства. У контексті протидії військовій і культурній агресії особливої значущості набуває роль викладача-фольклориста як носія і транслятора традицій народної культури, здатного формувати у студентської молоді українськомовну ідентичність, громадянську свідомість та глибоке усвідомлення цінності фольклорного надбання.

Аналіз освітніх програм підготовки майбутніх учителів-філологів у закладах вищої педагогічної освіти України засвідчив, що фольклористика посідає важливе місце серед дисциплін національно-культурного спрямування. Курси «Усна народна творчість», «Фольклор»,

«Фольклористика регіону» (4-6 кредитів) реалізуються як у системі обовязкових, так і вибіркових освітніх компонентів підготовки майбутніх учителів-філологів. Це забезпечує системне формування фольклористичних знань, розвиток культурологічної компетентності та національної ідентичності здобувачів освіти [1; 2].

Культурологічний підхід до організації дослідницьких і освітніх практик викладачів-фольклористів передбачає синтез педагогічних, культурологічних, етнологічних та філологічних знань, що уможливлює формування цілісного уявлення про фольклорну спадщину як феномен національної культури. Реалізація міждисциплінарності у фольклористичній підготовці забезпечується поєднанням академічних знань із практикоорієнтованими формами роботи: діалектологічними та етнографічними практиками, краєзнавчими дослідженнями, польовою роботою зі збирання та документування фольклорних текстів.

Дослідницькі практики викладачів-фольклористів охоплюють кілька взаємоповязаних напрямів. По-перше, це персонологічний вимір: вивчення та популяризація спадщини знаних діячів фольклористики, що сприяє збереженню науково-культурної пам’яті й утвердженню наукових традицій. По-друге, регіональний вимір: дослідження локальних фольклорних традицій, особливостей регіональних фольклорних шкіл, що формує краєзнавчий дискурс української культури. По-третє, у контексті воєнного часу актуалізується документування нових фольклорних явищ – солдатського фольклору, народних пісень спротиву, меморіальних практик, що є важливим напрямом сучасних фольклористичних студій [3; 4].

Освітні практики викладачів-фольклористів у сучасному вимірі спрямовуються на формування у студентів дослідницьких компетентностей, здатності до самостійного опрацювання фольклорних джерел, розвиток критичного мислення та навичок інтерпретації народних текстів у широкому культурному контексті. Серед ефективних форм і методів роботи викладачів-фольклористів виокремлюються: проєктна дослідницька діяльність, спрямована на вивчення регіональної фольклорної спадщини; залучення цифрових ресурсів та медіаосвітніх інструментів для популяризації фольклору; організація зустрічей із носіями фольклорної традиції; інтегровані заняття, що поєднують фольклористику з суміжними дисциплінами – історією, культурологією, етнографією, методикою викладання літератури.

В умовах повномасштабної війни особливого значення набуває формування у майбутніх учителів готовності до збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини, адже руйнування культурних пам’яток і трансформація традиційного укладу актуалізують роль фольклористики як науки і навчальної дисципліни в системі педагогічної освіти. Культурологічні дослідницькі практики викладачів-фольклористів мають бути скеровані на документування сучасних

фольклорних процесів, осмислення феномену культурного спротиву та формування у студентів ціннісного ставлення до народної культури як основи національної ідентичності.

Отже, культурологічні дослідницькі і освітні практики викладачів-фольклористів є важливою складовою системи підготовки майбутніх учителів, що забезпечує збереження фольклорної спадщини, розвиток національно-культурної компетентності та виховання педагогів як носіїв і трансляторів народної культури в сучасному освітньому просторі.

Список використаних джерел

1. Вовк М. Націєтворчі засади україномовної освіти (про результати проведення щорічного вебінару «Рідномовна і багатомовна освіта у контексті сталого розвитку» до Міжнародного дня рідної мови – 2024). Вісник Національної академії педагогічних наук України. 2024. Вип. 6(1). С. 1-7. https://doi.org/10.37472/v.naes.2024.6102

2. Семеног О., Герман В., Громова Н., Левенок І., Пономаренко Н., Надутенко М., Діхнич К. Формування культуромовної особистості фахівця в умовах неперервної освіти: монографія; за ред. О. Семеног. Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2020. 212 с.

3. Філіпчук Г. «...24»: Ідентичність, Державність у вимірі війни. Київ–Чернівці: Букрек, 2023. 416 с.

4. Філіпчук Г. Г. Персонологія освіти і культури Буковини: Сидір Воробкевич як педагог і просвітник. Мистецтво та освіта. 2023. № 3. С. 2–7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mtao_2023_3_2

ЕКОСВІДОМІСТЬ ТА КУЛЬТУРНІ КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ПРИНЦИПИ ВЗАЄМОДІЇ

Копієвська О.Р. доктор культурології, професор, професор кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Екосвідомість як сформована система цінностей, знань і поведінкових моделей, що орієнтована на відповідальне ставлення до довкілля розглядається у контексті глобальної політики і є важливим інструментом реалізації Цілей сталого розвитку. В культурних креативних індустріях екосвідомість формується як міждисциплінарне поле, де поєднуються соціальна відповідальність і комунікаційні стратегії з естетикою, етикою.

Представники українських дослідницьких студій звертаються до осмислення екосвідомості з різних тематичних ракурсів. На пріоритетності екосвідомості населення в природоохоронної діяльності наголошують Ткаленко Н.В., Михайловська О.В., Татарчук М.С. [4], до осмислення

особливостей формування екосвідомості особистості звертається Зоріна І.В. [2], екосвідомість як основу екологічної безпеки визначають Фльорко М. Я. та Полюга Р. Л. [5].

Для культурологічного аналізу проблематику екосвідомості в оптиці функціонування культурних креативних індустрій важливо розглядати не лише як «зелену» еко-практику, а як ціннісно-смисловий наратив, що впливає, як на виробництво культурного продукту, так і на його місійний потенціал.

Місійний потенціал екосвідомості полягає в практичній здатності формувати таку систему цінностей, яка б була здатна трансформувати цілеспрямовані поведінкові практики людини та сприяти реалізації принципів сталого розвитку.

Взаємодія екосвідомості з креативними індустріями ґрунтується на низці принципів, які визначають підходи до створення культурного продукту, організації творчих процесів та комунікації. До таких принципів можна віднести:

- Принцип сталого розвитку, якій передбачає орієнтацію діяльності креативних індустрій на екологічну, економічну та соціальну збалансованість. Творчі проєкти мають мінімізувати негативний вплив на довкілля та підтримувати ідеї відповідального споживання. Активними стекхолдерами екорухів є громадські організації, які разом з митцями створюють різноманітні за формою події, місія яких спрямована на популяризацію екосвідомості через Глобальні цілі сталого розвитку.

Американська громадська організація «Artula Institute for Artula and Education», започаткувала проєкт Washed Ashore метою якого є популяризація проблеми забруднення моря. Із зібраного сміття створені скульптури і представлені на різноманітних івентах, тим самим привертають увагу до глобальної проблеми забруднення природи та їх незворотних наслідків [3]. Інститут Артули для мистецької та екологічної освіти.

- Принцип екологічної відповідальності, якій полягає в інтеграційних процесах екологічних стандартів у виробничих процесах. Дизайн, мода, музична індустрія, кіно, івент-індустрія, як основні види економічної діяльності в креативних індустріях мають використовувати і популяризувати екологічні матеріали, скорочення відходів та можливість їх повторного використання.

Особливо активно розвивається еко-мода. Як доволі перспективний актуальний тренд сучасної культури, еко-мода в своєму просвітницькому потенціалі відображає зростання екологічної свідомості суспільства та трансформацію цінностей у сфері споживання. Популяризуючи через моду використання екологічно безпечних матеріалів, організатори сприяють формуванню відповідального виробництва, переосмислення життєвого циклу одягу, формуючи нову етику взаємодії людини з довкіллям та глобальними проблемами екології.

- Принцип інноваційності, якій сприяє і стимулює до пошуку нових творчих рішень та креативних практик з поширення ідеї екосвідомості. Трансформація культурних практик в креативних індустріях є беззаперечно процесом економічно обґрунтованим та місійно значимим. Стимулює пошук нових креативних рішень, виникнення таких екологічно спрямованих новацій, як: еко-дизайн, еко-мода, апсайклінг, цифрові еко-формати мистецтва, екологічні сценографії, еко-івенти та ін. Екосвідомість стає наративом у сучасних культурних практиках, визначаючи способи репрезентації реальності та транслюючи ідеї сталого розвитку через мистецтво, медіа та креативні індустрії.

Так, у 2021 році журнал National Geographic у всесвітній День захисту бджіл організував і представив світу креативний перформанс за участю всесвітньо відомої акторки Анджеліни Джолі. Суть проєкту полягала: у підтримці жінок-бджолярок у різних країнах світу; популяризації навчання бджільництву та створення екологічних спільнот; максимальному збереженні і популяції бджіл, які критично важливих для екосистем. Акторка взяла участь у фотосесії для National Geographic, де вона позувала, повністю вкрита бджолами, щоб привернути увагу до проблеми їхнього зникнення [1].

- Принцип міждисциплінарності та соціальної залученості. Адже екологічна проблематика інтегруються у різні сфери, від науки до творчості (мистецтво, медіа, архітектуру, урбаністику, дизайн, моду), що створює синергію між культурою, дослідженнями та екологією. Креативні проєкти часто передбачають участь громади, волонтерські екологічні ініціативи, інтерактивні мистецькі події, що формують колективну екологічну відповідальність. Міждисциплінарність і соціальна залученість в екосвідомості є важливим чинником формування екологічної культури, що проявляється через участь громадян у соціальних, культурних та освітніх ініціативах екологічного спрямування. Вона охоплює практики відповідального споживання, екологічного активізму, волонтерства та участі у спільнотних проєктах, сприяючи трансформації індивідуальних цінностей у колективні дії.

Отже, принципи взаємодії екосвідомості з креативними індустріями є актуальним глобальним трендом, які спрямовані на інтеграцію екологічних цінностей у культурне виробництво та комунікацію, що сприяє формуванню нової екологічної культури.

Список використаних джерел

1. Анджеліна Джолі в кампанії Guerlain із захисту бджіл. URL: https://vogue.ua/article/beauty/byuti-gid/andzhelina-dzholi-v-kampanii-guerlain-po-zashchite-pchel-44724.html.

2. Зоріна І.В. Особливості формування екосвідомості особистості. *Сучасні тренінгові технології для розвитку особистості: еко-тренінг:* [зб. тез доповідей VI Всеукр. наук.-практ. конф.] / відп. ред. В.Л. Зливков, Н.А.

Харченко, С.О. Лукомська. Умань-Київ: Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини; Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. 2021. С. 31–32.

3. Інститут Артули для мистецької та екологічної освіти. URL: https://www.washedashore.org/artula/.

4. Ткаленко Н.В., Михайловська О.В., Татарчук М.С. Екосвідомість населення як стратегічна ціль природоохоронної діяльності в сучасній Україні. *Держава та регіони.* Сер.: Державне управління. 2019. № 1. С. 168–174. URL: https://ir.stu.cn.ua/items/7d5d2d11-0973-4617-b488-7f43ceab0478.

5. Фльорко М. Я., Полюга Р. Л. Екосвідомість як основа екологічної безпеки. *Екологічна безпека як основа сталого розвитку суспільства. Європейський досвід і перспективи:* матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 14 вересня 2018 р.). Львів : ЛДУБЖД, 2018. С. 255–256.

ORCID: 0009-0003-7557-2767

СТУДЕНТСЬКИЙ АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ У СИСТЕМІ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ

Міранков С. Ю**.** викладач кафедри продюсерства аудіовізуального мистецтва та виробництва
Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого

Ключові слова: студентський аудіовізуальний контент, культурна політика, креативні індустрії, популяризація, культурна безпека, кіноосвіта, архіви.

Студентський аудіовізуальний контент в Україні традиційно розглядається передусім як результат навчального процесу та етап професійного становлення майбутніх фахівців екранної сфери. Водночас сучасні умови дають підстави розглядати його ширше — як складову культурної політики, ресурс популяризації українського культурного продукту, елемент креативних індустрій та один із практично доступних інструментів культурної безпеки. Особливої ваги це набуває в умовах війни, коли підтримка національного контенту, робота з молодіжною аудиторією та посилення гуманітарної стійкості суспільства набувають стратегічного значення [1].

Мета тез полягає в обґрунтуванні студентського аудіовізуального контенту як інституційно значущого компонента культурної політики

України та у визначенні можливих напрямів його інтеграції в публічний культурний обіг. У дослідженні використано порівняльний, інституційний та джерелознавчий підходи. Основна увага зосереджена не лише на створенні такого контенту, а насамперед на механізмах його популяризації, легального доступу та введення в публічний культурний обіг.

Актуальність теми зумовлена розривом між значним обсягом студентського аудіовізуального виробництва та слабким рівнем його подальшої присутності у публічному просторі. У профільних мистецьких закладах вищої освіти України впродовж десятиліть сформовано значний масив короткометражних ігрових, документальних, анімаційних та експериментальних робіт. Проте лише незначна частина цього доробку входить до ширшого культурного обігу, тоді як переважна маса залишається в межах інституційного користування або фестивального середовища. Унаслідок цього студентський аудіовізуальний твір досі залишається інституційно недовикористаним, хоча суспільно придатним ресурсом культурної політики [2–4]. Його придатність зумовлена короткою формою, тематичною чутливістю до сучасного досвіду, високою концентрацією авторського висловлювання та можливістю кураторського включення до освітніх і громадських програм показів.

Додаткову рамку для такого переосмислення створює Стратегія розвитку культури в Україні до 2030 року та операційний план на 2025–2027 роки, затверджені Кабінетом Міністрів України у 2025 році. У документі культура визначається як чинник національної безпеки, суспільної згуртованості та ідентичності [1]. За такого підходу студентський аудіовізуальний контент постає не лише як освітній продукт, а і як частина культурної інфраструктури, здатна працювати на популяризацію українського контенту серед молоді, учнівської аудиторії, зокрема учнів 9–11 класів, локальних громад і публічних освітньо-культурних середовищ.

Окремим актуальним контекстом є державний курс на збільшення обсягу українського аудіовізуального продукту. У 2026 році заплановано істотне зростання фінансування культури, зокрема створення українських фільмів, анімації, пізнавального та освітнього контенту [5; 6]. У публічному дискурсі цей запит, серед іншого, пов’язується з ініціативою «1000 годин українського контенту». За цих умов Україна має можливість не лише виробляти новий продукт, а й швидко запропонувати вже наявний масив змістовного матеріалу за умови його належної кураторської, інституційної та платформної подачі.

Водночас важливо враховувати, що питання студентського контенту пов’язане не лише з його подальшою популяризацією, а й з інституційними умовами виробництва. Оприлюднені наприкінці 2025 року

зміни у підходах до державної підтримки кінематографії, зокрема акцент на студентських дипломних роботах і залученні студентів до проєктів, що отримують підтримку, можна розглядати як ознаку поступового входження студентських аудіовізуальних творів і проєктів у поле державної уваги [7]. Однак підтримка виробництва не розв'язує автоматично питання популяризації, дистрибуції, легального доступу та введення такого контенту в публічний культурний обіг. Саме тому механізми фінансування створення і механізми культурної присутності мають розглядатися як взаємопов'язані, але не тотожні елементи політики.

Історія української кіноосвіти та екранної культури засвідчує, що підготовка кадрів і вироблення власної аудіовізуальної мови є системною частиною розвитку національного кіно. Праці Р. Росляка та І. Зубавіної дають підстави розглядати освітній аудіовізуальний процес як важливий механізм формування культурного середовища, екранної грамотності та професійної тяглості [2–4]. Відтак університетські архіви мають значення не лише як внутрішній навчальний ресурс, а і як джерело актуального контенту для сучасного глядача, яке за правильної подачі може бути повернуте в публічний культурний обіг. Йдеться не про механічне відкриття всіх архівів, а про кураторське введення відібраних творів у простір освітніх, культурних і громадських показів. У цьому полягає не лише культурна, а й профорієнтаційна цінність такого контенту, оскільки він формує міст між аудиторією, професійною освітою та майбутньою індустрією.

Показовою в цьому сенсі є передусім французька модель. У Франції студентський і короткометражний контент інтегрується в систему професійної видимості через поєднання кіношкільного виробництва, фестивальних платформ і культурної дипломатії. Роботи студентів La Fémis регулярно беруть участь у міжнародних фестивалях, а програма La Cinef Каннського кінофестивалю виконує функцію професійного шлюзу для фільмів кіношкіл [8; 9]. Подальшу популяризацію, дистрибуцію та некомерційні покази забезпечують Institut français і платформа IFcinéma, що надають легальний доступ до кураторських добірок для культурних центрів та освітніх просторів [10]. Для України в цьому прикладі особливо важливим є не лише сам факт видимості студентського контенту, а поєднання трьох ланок: освітнього виробництва, кураторського відбору та інституційної мережі публічного показу.

Британський приклад також засвідчує ефективність інституційного супроводу молодих авторів. Щорічний NFTS Graduate Showcase на майданчику BFI Southbank є не лише подією представлення випускних робіт, а й частиною ширшої системи підтримки професійної та публічної видимості [11]. У взаємодії з BFI студентські та дебютні роботи отримують

додаткові можливості подальшого культурного й індустрійного життя [11; 12]. Отже, міжнародний досвід підтверджує, що студентський аудіовізуальний контент може бути не периферією, а важливою ланкою культурної політики та креативної економіки.

Для України адаптація подібного підходу означає потребу в інституційному впровадженні сталої моделі популяризації, дистрибуції та легального доступу до студентського аудіовізуального контенту. Така модель може передбачати поетапне оцифрування університетських архівів, формування курованих тематичних програм, введення цього контенту в публічний культурний обіг через освітньо-громадські покази, зокрема і в мобільному форматі, а також розміщення відповідного контенту на державних освітньо-культурних онлайн-платформах. Показово, що ще у 2019 році Міністерство освіти і науки України підтримало ідею використання українських фільмів і тизерів до них на освітній електронній платформі [13]. Це свідчить про наявність інституційних передумов для розвитку такого напряму.

Профільні мистецькі заклади вищої освіти, зокрема КНУТКіТ імені І. К. Карпенка-Карого, можна розглядати як важливі осередки формування кадрового резерву українських екранних мистецтв. Такі інституції є не лише освітніми середовищами, а й стабільними генераторами кадрів та аудіовізуального досвіду для українського кіно і телебачення. Студентські роботи, створені в цих середовищах, фіксують соціальні зміни, культурні трансформації, зміну повсякденного досвіду, ідентичності та художньої мови. Саме тому їх доцільно розглядати не як допоміжний навчальний матеріал, а як частину культурного продукту, що має потенціал для популяризації, публічного обігу та освітнього використання.

Таким чином, студентський аудіовізуальний контент в сучасній Україні доцільно розглядати як інституційно недовикористаний, але практично придатний компонент культурної політики та креативних індустрій. Його значна частина вже існує, має суспільну придатність і може бути змістовно включена в ширший культурний обіг за наявності належних інституційних механізмів. Ідеться не стільки про заміну чинних інструментів культурної політики, скільки про їх посилення через системи популяризації, легального доступу, кураторської дистрибуції та освітньо-громадських показів. За цих умов є підстави для інституційного впровадження моделі, що поверне студентський аудіовізуальний доробок із внутрішнього освітнього середовища до ширшого культурного обігу.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні до 2030 року та затвердження операційного плану на 2025–2027 роки :

розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.03.2025 № 293-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text

2. Росляк Р. Кіноосвіта в Україні (перша третина XX століття). Київ : ЕКМО, 2006. 226 с.

3. Росляк Р. Державна політика в галузі підготовки кадрів для українського кіно (1930-ті рр.). Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії. 2012. Вип. 12. С. 180–187.

4. Зубавіна І. Б. Екранна культура: засоби моделювання художньої реальності (час і простір у кінематографі). Київ: Інтертехнологія, 2006. 256 с.

5. Бюджет-2026: фінансування культури зросте на 4,7 млрд грн. Кабінет Міністрів України. 16.09.2025. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/biudzhet-2026-finansuvannia-kultury-zroste-na-47-mlrd-hrn

6. Євгенія Кравчук: Наступного року держава підтримає створення українських фільмів, мультиків, пізнавальних та освітніх роликів. Офіційний портал Верховної Ради України. 27.10.2025. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/267565.html

7. Верховна Рада ухвалила закон про підтримку українського кіно: нова система фінансування та цифровізація. Суспільне Культура. 19.12.2025. URL: https://suspilne.media/amp/culture/1193242-verhovna-rada-uhvalila-zakon-pro-pidtrimku-ukrainskogo-kino-nova-sistema-finansuvanna-ta-cifrovizacia

8. Student films. La Fémis. URL: https://www.femis.fr/-student-films-185-

9. La Cinef — Rules and regulations. Festival de Cannes. URL: https://www.festival-cannes.com/en/take-part/submit-a-film/la-cinef-rules-and-regulations

10. About IFcinéma. Institut français. URL: https://ifcinema.institutfrancais.com/en/about

11. NFTS Graduate Showcase at BFI Southbank. National Film and Television School. URL: https://nfts.co.uk/graduate-showcase-2025

12. British Film Institute. GOV.UK. URL: https://www.gov.uk/government/organisations/british-film-institute

13. На освітню е-платформу викладуть українські фільми та тізери до них для використання під час навчання — підписано меморандум. Міністерство освіти і науки України. 2019. URL: https://mon.gov.ua/news/na-osvitnyu-el-platformu-vikladut-ukrainski-filmi-ta-tizeri-do-nih-dlya-vikoristannya-pid-chas-navchannya-pidpisano-memorandum

УДК 069:008
ORCID https://orcid.org/0000-0002-1023-923X

ORCID https://orcid.org/0000-0003-0039-9720

ФОРМУВАННЯ МУЗЕЙНОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Філіпчук Н.О., доктор педагогічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник відділу змісту і технологій педагогічної освіти
Грищенко Ю.В., кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник відділу змісту і технологій педагогічної освіти
Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України

Ключові слова: музейна діяльність; культурна політика; музеєзнавство; культурна спадщина; музейна освіта; культурно-освітня інтеграція; соціалізація особистості; культурний простір; освітні інновації.

У сучасних соціокультурних умовах трансформації суспільства особливої актуальності набуває формування ефективної музейної політики як важливого чинника збереження культурної спадщини та розвитку освіти. Зростання ролі музеїв як соціокультурних інституцій зумовлює необхідність осмислення нових тенденцій їх функціонування та визначення перспектив інтеграції в освітній і культурний простір. Особливо важливим є той аспект, що для нового пізнання світу, реалій і довкілля важливими є не тільки ті підходи й технології в освітньому процесі, які продукують нові ідеї, винаходи, матеріали, продукти, але й насамперед осмислений процес самопізнання, розуміння сенсів буття і самих себе. Для цього нагальною необхідністю ставатиме здатність постійно навчатися, бути вмотивованим на пізнання нового, самовдосконалюватися і навіть «переробляти» самого себе. Цього дедалі більше вимагатиме загальна глобальна реальність, яка без упину створюватиме нестандартні, безпрецедентні, раніше невідомі ситуації.

Завдання освіти полягає в тому, щоб наповнювати зміст навчального, виховного процесу «культурною» інформацією, яка здатна етизувати особистість. Для цього заклади освіти мають вийти за межі свого відомчого простору, інтегруватися з багатьма іншими соціокультурними інституціями. Такий підхід не тільки збагатить якість наявної інформаційної бази, якою володіють освітні заклади, але й значно вдосконалить сам процес виховання особистості.

Зміна сутнісної парадигми з її перетворенням «музея-хранителя» на «музей-культурний центр» лише посилило його суспільну вагомість як соціокультурної інституції. Він став передусім місцем, де осмислюється культурна спадщина, локацією історичних уроків для сучасного і майбутнього, гуманітарним, науковим, економічним ресурсом для

розвитку суспільства. З огляду на те, що зміни в музейній політиці охоплюють не тільки покращення функцій збереження, дослідження чи інтерпретації експозицій, але й насамперед посилення просвітницької, освітньо-виховної ролі музеїв, майбутнє трактується як підвищення сили взаємодії та синтезу музейної, освітньої культур. Не лише школа потребує для свого розвитку й удосконалення культурних надбань музеїв, не менш важливою для останніх є також освітня галузь, оскільки за будь-яких обставин незмінною стратегією для музею залишатиметься оптимальне використання свого «капіталу», що містить у собі культурну колекцію (фонди), яка мусить стати привабливою, тобто стати цікавою для відвідувачів.

Для ефективної взаємодії, яка відбувається між освітніми та культурними інституціями, школа, коледж, гімназія, а також університет мають «покинути» свою формальну освітню нішу, ввійти за допомогою різноманітних зв'язків у нове соціально-культурне середовище, збагатити себе новими ідеями, знаннями, вартостями, ідеалами. При цьому формуватиметься не усталена позиція, що музей є «видовищем» культурного туризму, а важливий інститут виховання, громадянської соціалізації, інтелектуального та естетичного розвитку. Завдання суспільно-державного значення – ефективно скористатися визначним феноменом сучасної доби, коли після 60-х рр. XX століття, що характеризувалися значним занепадом музейної справи, розпочалася тенденція зростання кількості музеїв. Варто визнати, що за останні півстоліття музей еволюціонував, отже, змінився і характер взаємодії передусім з освітніми закладами [2].

Навіть за умови виконання культурно-просвітницької функції музеї об'єктивно не могли уникнути впливу ринкових механізмів, трансформовувалися у культурні ринкові установи. І хоча вони не стали (і не було передбачене) комерційними підприємствами, в музейному просторі відбувся (відбувається) синтез культури і маркетингу. Якщо в минулі епохи закоріненість музеїв у суспільне життя, політично-ідеологічний контекст сприймалася як закономірна реальність, то нині в музейному просторі утверджується нова внутрішня взаємодія – музей і ринок. За таких умов якісно змінюється філософія функціонування музейного закладу, який зберігає свою культурну місію, формує багатопланові, часто суперечливі форми взаємодії з ринком.

І хоча музейний простір не можна цілком відносити до сегменту культурної індустрії, слід вважати, що музейна діяльність не ізольована від елементів ринкової політики. У багатьох сучасних музеях практикується ефективне формування нових експозицій, розширення інституційних аспектів, які є актуальними для суспільства, часу, реальних умов і конкретних подій. Окремий аспект входження музеїв різних профілів і видів у ринок – перепідготовка та опанування компетентнісних якостей виробничого персоналу компаній, організацій різних форм власності. Ці

окремі напрями, де задіяні ринкові інструменти, є новим явищем у галузі музейної діяльності, значно розширюють аспекти взаємодії з багатьма соціальними, господарськими, політичними інституціями. Можна і потрібно вести дискусії навколо характеру, мотивації, мети взаємодії музею з іншими суб'єктами в «культурній» ніші ринкового середовища, але не можна зігнорувати цю тенденцію, яка стає помітним явищем у світовому та європейському просторі. Розроблення музейниками освітніх онлайн-програм, спеціальних навчальних екскурсій, музейних уроків, занять у системі післядипломної освіти посилює інтерес шкіл та інших навчальних закладів до пізнання музейної культурної спадщини, набуття учнями, студентами необхідних знань та компетентностей. Хоча ринкову політику в музейному середовищі не можна сприймати однозначно як позитивне явище. Найпростіший критерій (показник) – збільшення відвідуваності музеїв шкільною та студентською молоддю, за яким часто оцінюєть ефективність роботи музею та рівень взаємодії з освітніми закладами, цей критерій має формуватися не тільки і не стільки завдяки комерціалізації функцій. Насамперед слід значно посилити державно-громадський вплив на вирішення головного суспільного завдання, зокрема в Україні, стосовно доступу населення, передусім молоді, до музейної культури за допомогою використання досвіду передових демократичних країн. Відомі філантропи з цього приводу стверджують, що є сфери життєдіяльності, які не можуть бути цілком залежними від ринкової кон'юнктури. До таких першочергових галузей мають належати галузі культури та освіти. Проте ця «ідеальна» модель є лише намаганням підвищити увагу держави до людино-творчих сфер. Насправді, більш реальними і продуктивними підходами є впровадження таких соціальних моделей, які оптимізували би поєднання культурно-освітніх і комерційно-ринкових функцій.

В оцінюванні феномену музею винятково велике значення має окреслення його головної мети Міжнародною радою музеїв (ICOM). У Статуті цієї міжнародної організації, прийнятому 2007 року у Відні, зазначено, що музей – «постійно діюча неприбуткова організація на службі суспільству та його розвитку, відкрита для широкого загалу, яка збирає, зберігає, досліджує, експонує та популяризує матеріальну й нематеріальну спадщину людства і навколишнього світу з дослідницькою, освітньою й розважальною метою» [1, с. 24-25]. Очевидно, це визначення дає підстави для розуміння справжньої місії музеїв.

Підхід до розгляду музею крізь призму передусім культури, історії, педагогіки, естетики, національної пам'яті є логічним. Справді, музейні інституції є важливою частиною культурної галузі, зокрема державної. Їхні освітньо-культурні, науково-дослідницькі, просвітницькі завдання залишаються і надалі визначальними функціями. Водночас варто визнати, що суспільні зміни в глобальному аспекті суттєво впливають на зміст, форми, організаційну діяльність цих установ. Очевидно, музей як

соціально-культурний феномен варто також аналізувати в контексті соціальної політики, економіки, ринкових механізмів, системи управління. Для формування традиційних підходів системного бачення сенсів, дії і взаємодії в музейному середовищі не досить [2].

Головне завдання в нових соціально-економічних умовах – не втратити, зберегти, посилити культуротворчу роль і місію музею, який в умовах «культуро-індустрії» та ринку мусить передусім бути носієм наукових просвітницько-культурних благ. Окрім того, навіть найдосконаліші моделі функціонування індустрії «культурної економіки» та ринку не повинні позбавляти музейне середовище ефективної підтримки з боку держави.

Безумовно, музеї в Україні потребують упровадження прогресивних та конструктивних ідей з досвіду багатьох європейських країн, в яких у розвитку цієї галузі беруть активну участь недержавні організації, зокрема професійна громадськість, благодійні товариства, меценати, які вирішують поточні і стратегічні завдання.

Отже, пріоритетні завдання у системі націєдержавотворчих процесів, виклики і ризики, що постають у становленні української державності та формуванні громадянського суспільства, світові тенденції, спрямовані на розвиток людського капіталу, зумовлюють посилення уваги до культури, культури людини і суспільства. У цьому контексті особливе місце посідає такий соціально-культурний феномен, як музей. Інтеграція, співпраця, взаємодія освітніх закладів і музейних установ, як показує практика, створюють сприятливі передумови для оптимізації навчально-виховної, просвітницької, пошуково-дослідницької діяльності. Значний інформаційно-знаннєвий, виховний потенціал музейного середовища стає доступним для дітей, школярів, студентів, педагогів і батьків, впливає на оновлення змісту освіти, актуалізує інтелектуальне, емоційно-чуттєве, громадянське зростання особистості.

Список використаних джерел

1. Тобелем Жан-Мішель. Нова епоха музеїв. Культурні установи перед викликом менеджменту / пер. з фр. Київ : Видавець Чередниченко А., 2018. С. 24–25.

2. Філіпчук Н.О. Педагогічно-просвітницька діяльність музеїв України (кінець XIX – початок XXI століття): монографія / за наук. ред. Н.Г. Ничкало. Київ: Вид-во ТОВ «Юрка Любченка», 2020. 468 с.

3. Філіпчук Н.О., Грищенко Ю.В. Національні цінності музейної педагогіки у культурному відродженні нації // Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Музейна педагогіка – проблеми, сьогодення, перспективи» (25-26 вересня 2024 року). Національний заповідник «Києво-Печерська лавра», Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України. Київ.

УДК 7.0:008:316.7
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2843-4463

МИСТЕЦЬКІ ПРОЄКТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ СИНЕРГІЇ

Бойчук І. І., кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри музики
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Ключові слова: мистецькі проєкти, синергія, культурно-креативні індустрії, міжкультурна комунікація, творча діяльність, цифрові технології.

У сучасному полікультурному середовищі культурні та креативні індустрії відіграють провідну роль як простір взаємодії різних традицій, ідентичностей і форм художнього вираження. Дієвим механізмом такої взаємодії слугують мистецькі проєкти, що забезпечують потужну синергію між різноманітними творчими напрямами, соціальними групами та культурними практиками.

За своєю суттю, мистецький проєкт є інтегративною формою творчої діяльності, яка акумулює різні види мистецтва (музику, театр, образотворче мистецтво, цифрові медіа), а також спирається на міждисциплінарну співпрацю митців, освітян, менеджерів культури і широкої громадськості. Цей формат консолідації зусиль безпосередньо стимулює генерування нових смислів, поглиблення міжкультурного обміну та впровадження інноваційних практик.

Мета публікації полягає у теоретичному обґрунтувані ролі мистецьких проєктів як ефективного інструменту культурно-мистецької синергії.

Аналіз передового міжнародного досвіду засвідчує, що сучасні мистецькі ініціативи вирізняються глибокою інтегративністю, органічно поєднуючи різні види мистецтва, науки та цифрових технологій. Зокрема, діяльність міждисциплінарних об’єднань демонструє високий потенціал у створенні багатовимірних культурних продуктів, здатних відповідати на актуальні суспільні виклики [9].

Подібні практики постають фундаментальною основою для формування культурно-мистецької синергії, оскільки вони успішно долають межі між окремими галузями творчості.

У контексті полікультурності мистецькі проєкти виконують низку важливих функцій:

- комунікативну – забезпечують діалог культур;
- інтегративну – консолідують різноманітні соціальні спільноти;
- освітню – сприяють неформальній освіті та культурній обізнаності;

- інноваційну – стимулюють генерацію нових форм і форматів творчої діяльності.

Важливою характеристикою сучасних мистецьких проєктів є використання цифрових технологій, що розширюють можливості взаємодії та доступу до культурного продукту [4].

Окрему увагу приділено аналізу практик реалізації мистецьких проєктів у міжнародному та локальному контекстах, які демонструють ефективність міжкультурної співпраці та сприяють розвитку креативної економіки, налагодженні міжкультурної комунікації. Наприклад, міжнародні арт-проєкти, що об'єднують представників різних країн, сприяють обміну культурними цінностями та формуванню спільного творчого простору. Мистецькі проєкти «…поєднують креативність та інновації, стирають кордони між країнами завдяки міжнародному співробітництву через ефективне використання Інтернет-технологій, дозволяють створювати сучасні унікальні ідеї та бачення світу завдяки культурній та етнічній різноманітності, ґрунтуються на таких позитивних людських якостях, як творчість, креативність, ввічливість, моральність, толерантність, доброта, оптимізм, відкритість, щирість, комунікабельність» [7, 152]. Отже, мистецькі проєкти дозволяють оптимізувати ресурси і забезпечити сталість культурних практик в умовах швидких технологічних змін.

Дослідники також наголошують, що мистецтво може виступати універсальною мовою, яка долає культурні та мовні бар'єри. Підкреслюється, що успішність таких проєктів значною мірою залежить від партнерства між інституціями, залучення аудиторії та менеджменту.

Сучасні дослідження також акцентують увагу на використанні цифрових технологій як інструменту розширення можливостей мистецьких проєктів. Зокрема, інтеграція цифрових платформ, штучного інтелекту та доповненої реальності сприяє глибшому міжкультурному розумінню та взаємодії аудиторій. Це відкриває нові перспективи для розвитку культурно-мистецької синергії у глобалізованому світі.

Комар В. О [3] зазначає, що створення нових форм мистецьких проєктів сприяє залученню різних соціальних груп до культурного процесу, що забезпечує соціальну згуртованість та взаємодію в рамках глобальних культурних трендів. Найбільше проявляється вплив цифрових технологій у таких сферах, як віртуальна реальність (англ. Virtual reality, VR), цифрове мистецтво та виробництво, онлайн музичні й відеоплатформи. Ці технології дозволяють митцям працювати без кордонів, створюючи інтерактивні культурно-креативні проєкти, що отримують визнання не лише в Україні, а й за кордоном.

За допомогою новітніх цифрових платформ, культурні продукти можуть бути доступні для широкої аудиторії по всьому світу. Завдяки впровадженню новітніх технологій культурно-креативні індустрії можуть не лише адаптуватися до сучасних умов, а й суттєво змінити формат своєї

діяльності [2]. Зокрема, цифровізація та використання віртуальних технологій дозволяють розширювати можливості для створення нових форм мистецтва, а також для дистрибуції культурних продуктів. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) вже використовуються для організації віртуальних виставок, музеїв, театрів, що дозволяє залучати аудиторію з усього світу і створювати нові способи отримання досвіду для глядачів та учасників.

Впровадження штучного інтелекту в процес створення культурних продуктів (наприклад, у сфері музики чи образотворчого мистецтва) також має великий потенціал. За допомогою алгоритмів і нейронних мереж можна генерувати нові музичні композиції, художні образи, а також створювати інтерактивні інсталяції, що заохочують глядачів до участі в процесі творчості

Отже, мистецькі проєкти виступають важливим інструментом культурно-мистецької синергії, що сприяє взаємозбагаченню культур, розвитку творчого потенціалу суспільства та формуванню відкритого полікультурного простору. Вони забезпечують міждисциплінарну інтеграцію, сприяють міжкультурному діалогу, активізують участь громад та впроваджують інноваційні підходи у сфері культури. Мистецькі проєкти є ефективним інструментом розвитку культурно-креативних індустрій, який сприяє творчому самовираженню [4], створенню нових можливостей для митців [6] і зміцненню культурних зв'язків на національному й міжнародному рівнях. Інтеграція світових практик та адаптація до українських реалій відкриває перспективи для подальшого розвитку культурно-креативних індустрій як одного з важливих елементів культурної трансформації країни.

Список використаних джерел

1. Бойчук В. М., Уманець В. О., Фу Гуан. *Підготовка майбутніх викладачів художньо-мистецьких дисциплін за допомогою інноваційних технологій в освіті.* Освітній простір XXI століття : матеріали наук.-практ. конф. (Київ, 10 квітня 2021 р.). Київ : Видавничий дім «Освіта», 2021. С. 57-63.URL:https://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/download/356/363

2. Відео-анотація. Р. Бойко «Маленька сюїта» виконує студентка 3 курсу Тетяна Пелепюк (клас доцента Ірини Бойчук) URL:https://youtube.com/watch?v=By28ra__iKo&feature=share

3. Комар В. О. Тенденції розвитку культурнокреативних індустрій в Україні першої чверті XXI століття. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2024. № 4. С. 111–117.

4. Мистецькі творчі проєкти. *Мистецтво як культурно-освітній бренд: проблеми і пріоритети розвитку*: зб. матеріалів II Міжнар. симпозіуму, присвяч. 150-річчю заснування Чернівецького нац. ун-ту ім.

Юрія Федьковича та 80-річчю заснування ЮНЕСКО (21–25 жовт. 2025 р., м. Чернівці) / за заг. ред. І. І. Бойчук. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. С. 695 URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/13810

5. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. *Іміджелогія та брендинг у соціокультурній діяльності*: навч. посіб. Сумський державний університет, 2024. 145 с. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059509.pdf

6. Сувейка В., Бойчук І. Творчість і самопізнання: авторська музика як психотерапевтична практика. *Мистецтво як культурно-освітній бренд: проблеми і пріоритети розвитку* : зб. матеріалів ІІ Міжнар. симпозіуму, присвяч. 150-річчю заснування Чернівецького нац. ун-ту ім. Юрія Федьковича та 80-річчю заснування ЮНЕСКО (21–25 жовт. 2025 р., м. Чернівці) / за заг. ред. І. І. Бойчук. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. С. 579–584 URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/13810

7. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 14. С. 151–157.

8. Чемерис Г. Ю. *Брендування та віртуальний імідж провайдерів мистецької освіти.* Цифрові трансформації в освіті, культурі та мистецтві: нові можливості й виклики : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 15–16 квітня 2021 р.). Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2021. С. 106-109.

9. Cairns, Graham. *Hybrid Artworks*. In: El arquitecto detrás de la cámara: una visión espacial del cine. Abada Editores, Madrid, 2007. pp.102–138. ISBN 978-8496-258-90-7. http://www.abadaeditores.com/libro.php?l=138

УДК 78.03:316.722(477.85)
ORCID iD: https://orcid.org/0000-0003-1201-5421
ORCID: 0000-0002-5333-1458

БУКОВИНА У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ ВИМІРІ – ДОСВІД ТРАДИЦІЙ І СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Вишпінська Я.М., кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри музики
Мокрогуз І.М., кандидат мистецтвознавства, доцент,

доцент кафедри музики
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича

Ключові слова: Буковина, полікультура, поліетнічне середовище, музична культура, фестиваль «Буковинські зустрічі».

Вступ. Сучасний глобалізований світ активно розвиває процеси культурної мобільності, транскордонного обміну і взаємодії, особливо це набуває актуальності стосовно збереження локальної культурної ідентичності в регіонах, які в Україні мають яскраво виражений полікультурний характер: Закарпаття, Буковина, Поділля, Галичина та ін. Буковинський край в історико-культурному контексті завжди вирізнявся досить насиченим етнічним складом, що у поліетнічному і культурному вимірі здобув досвід співжиття багатьох народів у єдиному полікультурному середовищі. Слід зазначити, що саме через мистецтво яскраво проявилися національні особливості міжкультурної комунікації, яка через збереження регіональної музичної спадщини в повному обсязі транслює і відображає різноманіття музичної культури як цінності самопрезентації кожної національної гілки в поліетнічному складі населення краю. Буковина як полікультурний регіон із багатими музично-фольклорними традиціями стала важливим об'єктом наукових досліджень у галузях етномузикології, педагогіки, культурології та краєзнавства. Упродовж XIX–XXI століть буковинські науковці здійснювали систематичне вивчення музичної культури українців, румунів, євреїв, поляків, німців та інших етнічних груп, що проживали на території краю. Їхні праці заклали наукові основи сучасної музично-краєзнавчої і полікультурної діяльності, вони стали важливим методологічним підґрунтям для дослідження музичної культури в умовах поліетнічного культурного середовища. Виділимо дослідження С.Воробкевича, Ю.Федьковича, М.Богайчука, Я.Вишпінської, Н.Ганнусенко, К.Демочко, О.Залуцького, А.Кушніренка, Т.Мацейків, О.Михайличенко, О.Рудницької, Г.Філіпчука, Н.Філіпчук та інших науковців.

Основний виклад матеріалу. Склад населення Буковини від австрійського періоду (з 1774-1775 рр.) і до сьогодні має високу поліетнічну щільність. Історично це край українців (русинів) та молдован (румунів), де з часом значно зросла частка німців, євреїв та поляків, особливо в містах, формуючи унікальну мультикультурну спільноту, що сьогодні трансформувалася у переважання українського етносу [1]. Досить неоднозначними були румунський та совєтський періоди життя краю, де владою культивувалися шовіністичні цілі. Щодо сучасності, то згідно перепису населення у 2001 році українці: становлять абсолютну більшість населення Чернівецької області (близько 75%), румуни та молдавани: друга за чисельністю група (разом близько 20%), що компактно проживає в південних районах області; росіяни: їхня частка суттєво скоротилася внаслідок міграційних процесів; інші: незначні групи

євреїв, поляків, білорусів та інших національностей продовжують жити в краї, зберігаючи його традиційну мультикультурність. Це питання розкрите у дослідженні О. Сухомлинова «Буковина як пограниччя культур» [2].

Варто наголосити, що для буковинців було характерним володіння кількома крайовими мовами. Така ідентифікація себе тільки додавала вмінь і навичок спілкування в соціумі, багатомовність стала виразником сталого розвитку. «Професор Казімєж Фелешко, вказує О. Сухомлинов, у своїх наукових розвідках неодноразово наводив Буковину, як приклад для інших регіонів Європи з її інтеграційними тенденціями. Людина – як пише К. Фелешко – відкрита на всі оточуючі її культури, а також бере активну участь в їх розвитку – ввійшла до науки під назвою Homo Bucovinensis» [2].

Історично склалося так, що на Буковині поширеною була культурна комунікація. Це підтримувалося законодавчо. Засновувалися національні культурні товариства, в яких музичне мистецтво відігравало провідну культуроідентифікаційну функцію. Саме у поліетнічному середовищі музичне мистецтво виконувало роль культурної медіації. Видатні композитори і педагоги краю мали приналежність до мультикультурної традиції: С.Воробкевич, К.Мікулі, Є.Мандичевський, О.Воєвідка. В краї діяло 5 народних домів, які і до цього часу ведуть активну діяльність у площині об'єднання буковинців навколо культурних і мистецьких цінностей. Яскравим прикладом такої взаємодії є проведення Міжнародного фестивалю національних спільнот краю «Буковинські зустрічі». Ідея цього масового дійства зародилася в Польщі, серед вихідців з Буковини. Ініціатором і керівником цього фестивалю є польський етнограф Збігнєв Ковальський. Вперше він був проведений у 1989 році. Це масштабне дійство об'єднує кілька країн: Польщу, Румунію, Угорщину, Україну. Інколи приєднуються й інші країни – Молдова, Австрія. Метою фестивалю є презентування і збереження традицій, звичаїв, пісень, танців, народних костюмів і гастрономії багатонаціонального населення Буковини. Людей, які спілкуються різними мовами, об'єднує спільність культурних традицій і цінностей, бажання ділитися своєю унікальністю і дарувати оточуючим народнопісенну культуру і хореографічне мистецтво.

Творчими акцентами полікультурного виміру наповнюється освітнє середовище діяльності кафедри музики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. У 2012 році викладачі і здобувачі освіти кафедри брали участь у мистецькому, музично-виконавському транскордонному проєкті «Мугурелул» спільно з клубом дитячої творчості м. Дорохой, Румунія. Це стало поштовхом до багаторічної співпраці фольклорного студентського ансамблю «Буковиночка» кафедри музики та Міжнародного фестивалю народної музики «Мугурелул» м. Дорохой. Колектив неодноразово ставав лауреатом І премії цього потужного мистецького форуму (2012-2019 рр.) презентуючи на міжнародній арені

українську пісенну культуру, народний костюм, багатство автентичної буковинської народнопісенної традиції не лише українців, а й румунів [3].

Важливими для міжкультурної комунікації є захищені кваліфікаційні роботи, які написані здобувачами кафедри музики ЧНУ в 2025 р. Це кваліфікаційні дослідження магістрантів Белич Марти-Домніки «Музично-краєзнавча діяльність учнів в умовах поліетнічного культурного середовища» (наук. кер., канд. пед. наук, доцент Лісовий В.А.) та Мурарю Маріуса «Особливості музичної освіти учнів закладів загальної середньої освіти у полікультурному середовищі» (наук. кер., нар. артист України, професор Дерда І.М.). Вони підкреслюють важливість і актуальність міжкультурного діалогу засобами музичного мистецтва й освіти учнів у полікультурному та поліетнічному середовищі.

Висновки. Отже, проведене дослідження дозволяє стверджувати, що музична культура Буковини сформувалася як унікальне явище в умовах полікультурного середовища, де взаємодія різних етнічних, мовних і релігійних традицій сприяла виникненню багатогранного художнього і мистецького простору. Історичний розвиток регіону зумовив органічне поєднання українських, румунських, німецьких, польських та єврейських музичних традицій, що відобразилося як у професійній, так і в аматорській музичній практиці. Цьому сприяли спадкоємність традицій через діяльність освітніх інституцій, національних музичних товариств і видатних композиторів та педагогів краю.

Сучасний етап розвитку музичної культури регіону характеризується активним переосмисленням історичної спадщини, посиленням міжкультурного діалогу та впровадженням нових форм музично-освітньої діяльності. Зокрема, спостерігається прагнення до збереження національної ідентичності в умовах глобалізації, що проявляється у відродженні традицій, розвитку фестивального руху та інтеграції академічного і народного мистецтва.

Таким чином, музична культура Буковини постає як динамічна система, у якій гармонійно поєднуються традиція і новаторство, локальне і європейське, історична пам’ять і сучасні культурні практики. Перспективи подальших досліджень пов’язані з поглибленим вивченням регіональних музично-педагогічних шкіл, аналізом маловідомих джерел та осмисленням ролі музичної культури у формуванні міжкультурної комунікації.

Список використаних джерел

1. Структура населення Буковини часів Австрійської імперії. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%

2. Сухомлинов О. Буковина як пограниччя культур (в контексті інтеграційних процесів в Європі) // Bliżej siebie. Rumuni i Polacy w Europie. Historia i dzień dzisiejszy – Mai aproape unii de alţii. Români şi polonezi în Europa. Istorie şi prezent. – Suceava, 2006. – С. 69 -77. URL: https://suchomlynow.pl/assets/files/publikacje/bukowina-Ro-06.pdf

3. Orchestra “Mugurelul” Dorohoi în peisajul folkloric transfrontalier / Marcel Dupu. – Botoșani : Arena Cărții, 2011. 62 p.

УДК 316.72:004.738
ORCID: 0000-0002-5257-8862

ПРИКЛАДНА КУЛЬТУРОЛОГІЯ ТА ДІДЖИТАЛ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: АПСАЙКЛІНГ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНА ПРАКТИКА ТРАНСФОРМАЦІЇ

Данник К.О., кандидат культурології, доцент, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: прикладна культурологія, діджитал-культура, сталий розвиток, апсайклінг, культурні практики, екологічна етика, цифрові наративи.

Сучасна культура функціонує в умовах екологічної кризи, надвиробництва та гіперспоживання, що супроводжуються цифровою трансформацією соціальних процесів. Стратегії сталого розвитку до 2030 року, проголошені Організацією Об’єднаних Націй, передбачають переорієнтацію суспільства на принципи відповідального виробництва, споживання та збереження ресурсів.

У цьому контексті прикладна культурологія постає не лише як аналітична дисципліна, але як практико-орієнтований механізм трансформації соціокультурних практик. Теоретичними засадами проблематики є: По-перше: прикладна культурологія, що інтерпретується як галузь, що спрямована на впровадження культурних знань у конкретні соціальні процеси, управлінські рішення та освітні практики. По-друге діджитал-культура, яка розглядається як середовище, у якому відбувається циркуляція символів, візуальних кодів і культурних наративів, що формують нові типи ідентичності та поведінкові моделі. По-третє сталий розвиток, який осмислюється не лише як економічна чи екологічна стратегія, а як культурний проєкт зміни світогляду.

Культура в цій моделі стає ключовим медіатором між екологічною політикою та повсякденними практиками.

Апсайклінг як культурна стратегія.

Апсайклінг виходить за межі утилітарного повторного використання матеріалів і набуває символічного значення. У культурологічному вимірі він може бути трактований як:

- форма ресеміотизації матеріалу;
- акт трансформації «відходу» в «цінність»;
- перформативна практика екологічної відповідальності;

- механізм формування екологічної етики через творчість.

Через естетизацію вторинної сировини відбувається зміна її культурного статусу — з «непотребу» до «об'єкта значення». Це відповідає цілям відповідального споживання (Ціль 12) та сталого розвитку громад (Ціль 11).

Діджитал-вимір практики.

У цифровому середовищі апсайкл-проєкти отримують нове життя:

- через соціальні мережі як простір культурної репрезентації;
- через цифрову документацію та архівування процесу;
- через візуальні наративи, що популяризують екологічні практики;
- через створення онлайн-спільнот екологічної культури.

Діджитал-культура виступає механізмом масштабування локальних практик у глобальний дискурс.

Освітній аспект

Інтеграція апсайклінгу у навчальний процес у межах прикладної культурології:

- формує екологічну компетентність;
- розвиває креативне мислення;
- поєднує теорію культури з практикою;
- демонструє, як культурні інструменти можуть працювати на досягнення стратегічних суспільних цілей.

Таким чином, освітній простір стає лабораторією реалізації стратегій сталого розвитку через культурні практики. Прикладна культурологія здатна виконувати функцію операціоналізації стратегій сталого розвитку в культурному середовищі. Діджитал-культура забезпечує репрезентацію та поширення екологічних практик. Апсайклінг виступає не лише художньою технікою, а соціокультурною технологією трансформації цінностей. Синтез цих напрямів формує нову модель культурного виробництва, засновану на відповідальності, етиці та символічній переінтерпретації матеріального світу.

Список використаних джерел

1. Singh, J. The Sustainability Potential of Upcycling, *Sustainability*, 2022: https://doi.org/10.3390/su14105989

2. Wegener, C. Upcycling, *Palgrave Studies in Creativity and Culture*: https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137511805_22

РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Кадлубович Т.І. кандидат політичних наук, доцент
доцент кафедри міжнародних відносин та політичного консалтингу

Інформаційне суспільство називають постіндустріальним, епохою постмодернізму, суспільством знання, науковим, телематичним тощо. Визначальною ознакою інформаційного суспільства є вихід на перший план інформації та знання, розвиток сфери послуг, насамперед інформаційних.

У Законі України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» [1] зазначено, що побудова інформаційного суспільства є одним з головних пріоритетів України. Таке суспільство повинне орієнтуватися на інтереси людей, бути відкритим для всіх і спрямованим на розвиток. У ньому «кожен міг би створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи суспільному і особистому розвиткові та підвищуючи якість життя» [1]. Особливе значення приділяється стимулюванню та мотивуванню поширення здобутків у сфері культури за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [2]. Це сприяє зокрема збереженню культурної спадщини, яка в умовах війни набуває символічного значення, вказує на приналежність до української нації, до всього цивілізованого світу, консолідує навколо себе, дозволяє переживати почуття гордості за свій народ, за свою країну. Культурна спадщина стає тією цінністю, яку потрібно захищати від ворога, на яку можна орієнтуватись, яка робить тебе причасним до долі країни та народу, коли, як писав К.Мангейм, «жоден член не діє незалежно від іншого, де разом із долею спільноти змінюється і весь світ, що належить їй» [3]. Вона стає політичним символом, частиною політичної культури, яка спонукає громадян до активної участі в політичному житті, активізує критичне мислення.

В інформаційному суспільстві формування політичної культури відбувається не лише традиційними способами, але і за допомогою так званих «креативних індустрій», перевагами яких є творчість, сучасність, креативність у процесі створення продуктів та послуг. До креативних індустрій належать реклама, архітектура, мистецтво, дизайн, мода, антикваріат, кіно, інтерактивне програмне забезпечення, музика, образотворче мистецтво, видавнича справа, радіо і телебачення.

Так, аналіз українського кіноконтенту дозволяє говорити про роль креативних індустрій у формуванні політичної культури суспільства. Починаючи з 2014 року на екрани виходять художні та документальні фільми, телесеріали, які розповідають про боротьбу українців за власну незалежність, за свободу та демократичні цінності.

Одним з перших у цьому контексті слід відзначити повнометражний художній фільм режисера Ахтема Сеітаблаєва за сценарієм Наталії Ворожбит «Кіборги. Герої не вмирають» (2017). В ньому розповідається

про запеклі бої за донецький аеропорт, який став символом незламності українських воїнів. Серед документальних стрічок важко не помітити фільми про перші місяці війни – «Битва за Гостомель» режисера Сергія Сотніченка, «Гостомель. Перший бій» режисерки Євгенії Подобної та інші. Документальна стрічка «Головний герой» (2026) режисера Мирона Латика розповідає про акторів, які стали на захист України.

Заслуговує на увагу і художньо-документальний фільм «Гостомель. Історія одного будинку» (2023) режисера Віктора Шторма. За оцінками кінокритиків, «Історія одного будинку» – це Україна в мініатюрі, оскільки мешканці всі різні, мають різні погляди, різні вподобання, але ніхто не думає здаватися і зустрічати окупантів квітами, як і тисячі людей по всій Україні.

Україна живе надією про перемогу, про звільнення від окупантів, про післявоєнне відновлення. Так, український серіал «Повернення» (2026) режисерки Юлії Павлової розповідає про шлях ветеранів додому, пошук сенсів після втрат, про силу духу та про те, як поруч із болем завжди живе надія.

Отже, креативні індустрії відіграють вагому роль у формуванні культурного обличчя суспільства, сприяють трансформації політичної культури через утвердження демократичних цінностей, виховання патріотизму, приділення уваги найкращим рисам українського народу. Це сприяє зміцненню демократичних інститутів, розвитку громадянської активності, формуванню критичного мислення та вільного відкритого суспільства.

Список використаних джерел

1. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки. Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, № 12, ст.102. Документ 537-V, чинний, поточна редакція. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text

2. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 № 386-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/246420577

3. Mannheim K. Diagnosis of Our Time: Wartime Essays of a Sociologist. London: Kegan Paul, 1943.

УДК 7.01:165:7.038
ORCID 0000-0001-5848-1757

КРИТИЧНИЙ РЕАЛІЗМ У ДОСЛІДЖЕННІ ПЕРФОРМАТИВНОГО МИСТЕЦТВА ПІЗНЬОГО МОДЕРНУ: ФІЛОСОФСЬКИЙ ДОСВІД

Матяш С.В., кандидат філософських наук,

доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: перформанс, критичний реалізм, епістемологія, каузальність, художні практики.

У сучасних дослідженнях мистецтва дедалі очевиднішою стає методологічна недостатність підходів, що зводять художні практики або до емпіричного опису, або до дискурсивних інтерпретацій (3). У цьому контексті критичний реалізм, запропонований у сучасних дослідженнях arts management та art research, постає як продуктивна рамка для аналізу перформативного мистецтва пізнього модерну (4), оскільки дозволяє поєднати онтологічну реальність мистецьких процесів із епістемологічною опосередкованістю знання про них.

Онтологічні засади: реальність перформативного мистецтва

Критичний реалізм виходить із принципового твердження про існування реальності, незалежної від наших описів і теорій (2), водночас визнаючи, що доступ до цієї реальності завжди є непрямим. Застосований до дослідження перформативного мистецтва, цей підхід дозволяє розглядати художні практики як реальні соціокультурні процеси, а не лише як події сприйняття чи інтерпретації.

У термінах критичного реалізму перформативне мистецтво існує на кількох рівнях:

- як реальна структура (інституційні, економічні, організаційні умови);
- як подієвий рівень (конкретні перформанси, постановки, акції);
- як емпіричний досвід (рецепція, критика, інтерпретація).

Таке розрізнення дозволяє уникнути редукції перформансу до суб’єктивного досвіду або текстуального аналізу й підкреслює наявність глибинних онтологічних механізмів, що формують мистецьке поле.

Епістемологія: опосередковане знання і межі інтерпретації.

В багатьох дослідженнях особлива увага приділяється епістемологічному аспекту критичного реалізму, який відкидає як наївний реалізм, так і радикальний конструктивізм. Знання про мистецтво, згідно з цим підходом, є теоретично навантаженим і контекстуальним (1), але це не означає, що воно є довільним.

У дослідженні перформативного мистецтва це означає визнання того, що художні практики не повністю зводяться до інтерпретаційних схем, запропонованих дослідником. Навпаки, перформативні події здатні виявляти обмеження наявних теорій і змушувати до їх перегляду. У цьому сенсі мистецтво постає як сфера, що чинить епістемологічний опір і водночас продукує нові форми знання.

Методологія: каузальні механізми та міждисциплінарність

Методологічний потенціал критичного реалізму полягає у зосередженні не лише на описі мистецьких явищ, а й на виявленні

каузальних механізмів (2), які роблять ці явища можливими. Саме цей аспект є ключовим у сучасних дослідженнях arts management, де мистецтво аналізується як результат взаємодії агентів, структур і ресурсів.

У контексті перформативного мистецтва пізнього модерну такий підхід передбачає аналіз:

- інституційних рамок і культурної політики;
- продюсерських і організаційних моделей;
- економічних і символічних ресурсів;
- агентства митців, продюсерів, кураторів.

Продюсування в цій перспективі постає не як допоміжна управлінська функція, а як реальний каузальний механізм, що структурує поле перформативного мистецтва і визначає умови його реалізації.

Критичний реалізм і пізній модерн: філософський вимір

Застосування критичного реалізму до аналізу перформативного мистецтва пізнього модерну дозволяє осмислити мистецтво як філософський досвід, у якому перетинаються онтологія, епістемологія та соціальна практика. Пізній модерн характеризується нестабільністю форм, множинністю інтерпретацій і кризою універсальних пояснювальних моделей, що робить критичний реалізм особливо релевантним (3).

У цьому сенсі перформативне мистецтво постає як простір, де виявляються глибинні структури реальності, але не у вигляді завершених істин, а як відкриті процеси, доступні для критичного аналізу. Критичний реалізм дозволяє зберегти баланс між визнанням об’єктивних умов мистецької діяльності та усвідомленням обмеженості будь-якого знання про них.

Список використаних джерел

1. Афоніна О. Методологічні принципи дослідження реалізму в сучасному мистецтві// Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2024. №1. С. 150-155.

2. Brown & Daniels, 2025 Critical realism in arts management research/ Journal of Management Inquiry, 34 (1), 56-70.

3. Gawthrop R. 2024. Performance, art, institutions and interdisciplinarity// Arts, 13(3), 79.

4. Smith J., Robinson P. Critical realism in arts management research : ontological,epistemological and methodological insights// Critical Realism in Arts Insights. American Journal of Arts Management. 2025. Vol. 7, №. 1. P. 25-41.

УДК 33+007:008(083.132)

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Множинська Р.В., кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистетцтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: креативні індустрії, пам'ятки культурної спадщини, нові індустрії, комунікаційні технології.

Творчість, ключовий інженер для сприяння соціальній гармонії, сталого людського розвитку, технологічних винаходів і наукової революції, проявляється в людській діяльності на різних рівнях, від повсякденного життя до передових технологічних галузей. На сьогодні не існує консенсусного визначення творчості, однак, згідно зі стандартним визначенням, творчість часто сприймається як здатність створювати щось нове [3].

Креативні індустрії вважаються попередниками нових, динамічних форм економічної діяльності. Здатність креативних індустрій створювати стиль і розробляти дизайн в поєднанні з навичками маркетингу допомагає трансформувати виробництва, дозволяючи їм витримувати конкуренцію, яка стає все більшою. Саме тому взаємозв'язок між культурою і підприємництвом в XXI столітті визнаний основним джерелом економічного зростання і конкурентоспроможності [1, 4]. Традиційні культурні інститути (театри, музеї, бібліотеки і концертні зали), які створюють живий культурний продукт, протягом останніх двох століть були основою культурного споживання, однак сьогодні вони недостатньо володіють технологіями менеджменту і погано інтегровані в сферу сучасних медійних технологій. Розвиток цих зв'язків – головне завдання інтегрального розвитку творчих індустрій. Якщо не буде змоги реінтегрувати традиційні культурні інститути в сучасну систему комунікації, вони будуть фактично виключені з культурного процесу. Існують потужні причини того, чому креативна економіка буде переважною формою економіки в XXI ст.

Серед таких причин можна виокремити: 1) еволюція фізичних і соціальних індивідів. З автоматизацією у виробничих галузях промисловості і, в меншій мірі, в сфері послуг – скоротилася потреба в ручній праці, а відтак, молодь шукає іншу роботу і знаходить її в креативних індустріях, які можуть запропонувати більш привабливий стиль життя і економічну винагороду; 2) обсяг продукції, що випускається, продовжує зростати, що призводить до зростання купівельної спроможності та зростання інтересу до видів діяльності, які складають левову частку продукції креативних індустрій; 3) в порівнянні із загальною економічною системою, креативна економіка зростає швидше на 3–4%, і така тенденція збережеться в майбутньому. Зростає розрив між людьми, здатними реалізувати себе в креативній економіці, і тими, хто внаслідок географічного розташування своєї країни, політичної дискримінації,

відсутності відповідної освіти чи структури ринку, на це не здатний; 4) нові цифрові технології створили нові можливості для створення контенту. У той же час низькі витрати на цифрові технології дозволяють багатьом людям створювати, поширювати і обмінюватися з іншими власним матеріалом в їх особистих соціальних спільнотах; 5) нові індустрії виникли на основі нових комунікаційних технологій, в кожній з яких існує нагальна потреба у відповідних компетенціях та ідеях. Основними навичками, які лише нещодавно стали важливі, але складають звичний набір креативної людини є: використання уяви, управління інтелектуальним капіталом, кращі методи заохочення і винагороди креативних людей [2,5].

Загалом в Україні сектор креативних індустрій представлений та розвивається переважно такими галузями: – послуги індустрії моди та дизайну (графічний, промисловий дизайн і дизайн інтер'єру); – аудіовізуальні послуги: кінематограф, телебачення, радіомовлення, кіноіндустрія, видавничі та інші виконавські і візуальні мистецтва; – культурні та цифрові послуги, реклама та зв'язки з громадськістю; – образотворче і сценічне мистецтво; – традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі; – пам'ятки культурної спадщини: бібліотеки, пам'ятки археології, музеї та виставки [1]. Отже, Україна залишається осередком національної самобутності та унікальності, завдяки традиціям та історичним подіям міжнародного значення, динамічній культурі і людям різних національностей, що в сукупності забезпечує її сталі переваги та відчуття натхнення і спритності для посилення економічного зростання в найближчому майбутньому. Відтак, в Україні є значний потенціал для розвитку як креативних індустрій, так і стимулювання креативних проєктів в інших галузях економіки.

Список використаних джерел

1. Барнет Б., Еванз Д. Дизайн мислення. – К.: Наш Формат. 2018. – 224 с. 2. Chu, Y. K. «Oriental views on creativity» in Psi factors in creativity. eds. A. Angoff and B. Shapiro (New York: Parapsychology Foundation). 2022. – 50 s.

2. Креативна економіка та менеджмент : навчальний посібник / Г. В. Назарова, Ю. В. Сотнікова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 160 с. ISBN 978-966-676-718-2

3. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. / Креативна економіка та креативні індустрії : навчальний посібник, 2020. – 218. ISBN 978-966-683-558-4

4. R.Strazdas, J.Černevičiūtė, Ž. Jančoras, R. Kregždaitė, V. Morkevičius. Macro, meso and micro factors for creative industry development: continuous improvements and system innovations. – Vilnius.2015. – 300 p.

5. Howkins O. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – London: Penguin Books, 2002. – 263 p.

УДК 655.3:7.05
ORCID 0000-0001-8459-3496

КНИЖКОВА ОБКЛАДИНКА ЯК ПРОДУКТ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: ВІЗУАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКІ КОНЦЕПЦІЇ

Множинська Р.В. кандидат філософських наук,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Багієва А.Є., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: книжкова обкладинка, креативні індустрії, книжковий дизайн, візуальна комунікація, графічний дизайн, дизайнерська концепція, візуальна трансформація, айдентика книги, видавнича культура, візуальний образ видання.

У сучасному культурному середовищі книжкова обкладинка зазнає суттєвих змін не лише як носій графічної інформації, але й як складова системи візуальної комунікації, яка функціонує на перетині між мистецтвом і дизайном. Цей гібридний характер обкладинки зумовлює її трансформацію відповідно до змін у медіа, естетичних уподобаннях, читацьких очікуваннях і технологіях відтворення. Водночас візуальні рішення, які реалізуються у сучасному книжковому дизайні, відображають як індивідуальне художнє бачення, так і типові дизайнерські стратегії, що склалися у видавничій практиці XXI століття. У сучасному книжковому дизайні існує декілька чітко окреслених підходів до візуального оформлення обкладинки, кожен з яких має власну ідеологію, композиційні засади, стильові маркери та функціональну орієнтацію. Його головною ознакою є спрямованість на створення метафоричного або символічного образу, що інтерпретує зміст книги не буквально, а через асоціативні конструкції. Такий тип обкладинок характерний для художньої літератури, філософських праць, есеїстики. Часто використовується обмежена палітра кольорів, лаконічна типографіка, нестандартна композиція. Важливим є елемент гри, двозначності, візуального парадоксу. Прикладом можуть слугувати роботи Пітера Менделса або українських дизайнерів, які оформлюють книги для видавництва «IST Publishing», «Основи» чи «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА». [1, с.77].

Ілюстративно-наративний підхід передбачає використання ілюстрацій або живописних фрагментів як головного візуального носія змісту. Такий підхід характерний для дитячої літератури, фентезі, класичних романів або біографій. Ілюстрації можуть бути створені спеціально для конкретного видання або запозичені з уже існуючих творів мистецтва. Цей тип обкладинок тяжіє до виразної деталізації, емоційного кольору та оповідного характеру. В Україні цей підхід активно

реалізується у видавництві «Видавництво Старого Лева», яке співпрацює з низкою сучасних ілюстраторів. Тут основним елементом дизайну є шрифт і його композиційна організація. Такий підхід підкреслює графічну природу тексту, апелює до модерністських традицій дизайну, акцентує увагу на ритмі, формі, контрасті. Часто застосовується у нон-фікшн літературі, академічних, публіцистичних або дизайн-виданнях. Сучасні українські приклади цього підходу можна спостерігати у дизайнерських рішеннях для книг видавництва «Темпора» чи «Книголав».

Колажно-постмодерний підхід. Поєднує різноманітні візуальні елементи — фотографії, фрагменти живопису, рукописи, графічні вставки, архівні матеріали — з метою створення багаторівневого візуального наративу. Такий підхід має на меті показати множинність інтерпретацій, стильову гібридність і гру з жанровими межами. Він часто використовується у арт-книгах, автобіографіях, мемуарах, літературі про культуру [2, с.17]. Цей напрям тяжіє до максимальної редукції візуальних засобів: стримана кольорова палітра, одне-два візуальні ядра, чітка структура простору, відсутність зайвих декоративних елементів. Його застосування зумовлено прагненням створити візуально чисту, естетично зважену обкладинку, що апелює до елітарного смаку або концептуального змісту. Ці підходи можуть реалізовуватися у чистому вигляді або комбіновано, залежно від авторського задуму, цільової аудиторії, жанрової специфіки та культурного контексту. [3, с.55].

Сучасна книжкова обкладинка перестала бути лише технічним елементом оформлення видання і перетворилася на повноцінний об’єкт художнього синтезу, де поєднуються різноманітні образотворчі засоби. Вона активно використовує прийоми, запозичені з живопису, графіки, фотографії, колажу, а також шрифтової композиції, що дає можливість формувати комплексний візуальний образ.

Особливе місце в сучасному книжковому дизайні посідає концепція візуального мистецтва не як суто декоративного інструменту, а як філософської категорії. Книжкова обкладинка виступає як художній вислів, де кожен візуальний компонент має не лише естетичне, а й концептуальне навантаження. Такий підхід підкреслює значущість книжкового дизайну як унікального засобу передачі культурного змісту, що потребує глибокого художнього осмислення та професійного володіння засобами візуальної комунікації. [4, с.33].

У підсумку, візуальна трансформація книжкової обкладинки у сучасному дизайні відображає глибокі зміни у способах візуальної комунікації. Від простого маркування змісту обкладинка перетворилася на повноцінний художньо-дизайнерський об’єкт, у якому поєднуються естетика, інтерпретація та маркетинг. Типологічна багатоманітність підходів і активне залучення художніх засобів свідчать про високий рівень візуальної культури сучасного дизайну та зростаючу потребу у глибокому переосмисленні візуальних кодів книжкової продукції.

Список використаних джерел

1. Гайналь, Г.І. Графічний дизайн: історія, теорія, практика : навч. посібник. Львів: Афіша, 2004. 272 с.
2. Лисенко, О.М. Художня книга в Україні 1917–1941 років: становлення і розвиток. Київ: Наукова думка, 2002. 296 с.
3. Чепелик, Л.Я. Українське народне малярство XVIII – початку XX століття. Київ: Наукова думка, 1983. 280 с.
4. Тимофієнко, В.І. Зодчі України кінця XVIII – початку XX століть: Біографічний довідник. Київ: НДІТІАМ, 1999. 477 с.

УДК 75.05:7.067
ORCID 0000-0001-8459-3496

МУРАЛ ЯК ФОРМА ПУБЛІЧНОГО МИСТЕЦТВА В КОНТЕКСТІ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Множинська Р.В. кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Гуцалюк Е.Р., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: мурал, публічне мистецтво, стріт-арт, культурні та креативні індустрії, міський простір, візуальна культура, культурна ідентичність.

Мурал як явище, більш характерне для мегаполісів, де спостерігається велике скупчення людей, широкі вулиці та численні будівлі. Зазвичай такі художні зображення створюються на глухих бокових стінах споруд, високих парканах або будь-яких великих рівних поверхнях будівель. Вони можуть прикрашати стіни як зовні, так і всередині, а також зустрічаються навіть у підземних переходах та на дахах будинків.

Щодо походження сучасних муралів існує дві основні версії. Перша, на думку фахівців, має коріння у світоглядних і релігійних традиціях. Друга версія пов’язує виникнення муралів із соціальними факторами, зокрема з подіями мексиканської революції 1910–1917 років. У цей період через нестачу паперу для агітаційних листівок такі митці, як Дієго Рівера, Давид Альфаро Сікейрос і Хосе Ороско, перетворювали стіни будівель на монументальні витвори мистецтва.

У період розвитку мексиканського муралізму фрески набули нового значення, перетворившись на потужний засіб візуальної комунікації, який використовувався для донесення суспільних ідей та передавання соціально-політичних меседжів єдності. Сьогодні ці художники

вважаються засновниками муралістичного напряму, а сам термін «мурал» походить від іспанського слова, що означає «стіна». [3, с.37].

Якщо на початку XX століття мурали переважно несли політичний зміст, то в сучасному мистецтві вони дедалі більше зосереджуються на соціальній тематиці, яка охоплює ширший спектр проблем. Змінилося й ставлення до цього виду мистецтва: ще кілька десятиліть тому художники-муралісти зазнавали переслідувань з боку влади, а сьогодні їх, навпаки, запрошують до співпраці архітектори та політичні діячі, роблячи спеціальні замовлення.

Аналізуючи тенденції розвитку масової культури XX–XXI століть, можна відзначити, що муралізм — не єдиний жанр стріт-арту. Існують також інші його напрями, зокрема графіті. Попри зовнішню подібність, ці види вуличного мистецтва суттєво відрізняються як за масштабами виконання, так і за своїм призначенням [4, с.12].

Як мистецький напрям, мурал виконує не лише комунікативну, а й естетичну роль, гармонійно вписуючись в архітектурний ландшафт сучасного міста. Він додає яскравих барв та емоційного забарвлення, слугуючи своєрідною візуальною розрядкою серед одноманітної забудови мегаполісу. Окрім цього, мурал виконує функцію просторового орієнтира, формуючи асоціативні зв'язки з конкретними місцями та допомагаючи мешканцям краще орієнтуватися у міському середовищі. Завдяки цьому вулиці та райони міста перетворюються на «медіапростір», наповнений візуальними маршрутами та знаковими образами, які додають глибини урбаністичному середовищу.

Мурали також мають інформаційну складову, стаючи частиною загального інформаційного потоку, в якому ми перебуваємо щодня. Вони виступають графічними індикаторами важливих суспільних наративів. Дослідження муралів у країнах Європи показало, що окрім глобальних тем, таких як екологія, боротьба з расизмом, свобода й єдність, європейські роботи вирізняються високим рівнем естетизму, креативності, художньої свободи, а також бездоганною технікою виконання та стилістичною різноманітністю [2, с.42].

Одним із найяскравіших прикладів європейського муралізму є італійська робота художника Федеріко Масси (відомого як Йєн Круз) із зображенням трикольорової чаплі — птаха, що знаходиться під загрозою зникнення в прибережних регіонах Америки. Цей мурал виконаний спеціальними екологічними фарбами, які допомагають очищати повітря від вихлопних газів.

Значущим історичним символом європейського муралізму є Берлінська стіна, західний бік якої вкритий соціально-політичними графічними творами, створеними у період з 1961 до 1989 року. У цих роботах основний акцент зроблений не на технічне виконання, а на емоційне вираження суспільних переживань, що відображають боротьбу за мир і єдність. [1, с.77].

Серед поширених художніх стилів муралів можна виокремити реалізм, геометричну стилізацію, сюрреалізм, а також елементи міфологічних та казкових мотивів. Особливі риси муралів свідчать про високий рівень європейської мистецької та громадської культури, відкритість до самовираження, вільний творчий пошук і прагнення до візуальних колаборацій. Вони також відображають готовність суспільства сприймати таке мистецтво та підтримувати його розвиток.

Список використаних джерел

1. Гаврилюк Б. Вплив творчості Блека Ле Рата та Бенксі на мурал-арт у Львові. Шаблонне графіті. / Б. Гаврилов // Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2019. № 40. 94 с.
2. Мезенцев, К., Олійник, Н., Мезенцева, Н. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін. Фенікс. 2017. 346 с.
3. Станіславська, К. І. Тенденції розвитку художнього графіті у Європі XX–XXI століття. Культура і сучасність: альманах, 2, 2010, 190 с.
4. Шило О. В. Монументальне мистецтво і стріт-арт в сучасному міському просторі / О. В. Шило, О. Д. Івашко // Науковий вісник будівництва. 2016. Вип. № 2. 78 с.

УДК 316.77:004.946
ORCID 0000-0001-8459-3496

СОЦІАЛЬНА ВЗАЄМОДІЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ТА ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНІСТІ

Множинська Р.В., кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Філінова Д. А., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: медіакультура, віртуальна реальність, соціальна взаємодія, цифрові технології, комунікація, віртуальний простір, цифрове середовище, медіакомунікація, культурні практики, цифрове суспільство.

Стрімке занурення сучасного світу в цифрові технології пропонує нові форми соціальної взаємодії та споживання медіа. Одним із найпомітніших явищ цієї трансформації є розвиток медіакультури та впровадження віртуальної реальності (VR) у повсякденне життя. Медіакультура, як сукупність медіа, інформаційних платформ та соціальних мереж, формує нові культурні практики, які змінюють способи спілкування, розваг та сприйняття світу. Віртуальна реальність розширює ці межі і створює нові простори взаємодії, де фізична присутність більше не є обов'язковою умовою для соціального контакту. Ці нові технології не

лише змінюють способи комунікації та споживання інформації, але й відкривають нові виміри для розуміння соціальних структур і культурних норм: у VR-медіапросторах користувачі можуть взаємодіяти у штучно створених світах, створюючи віртуальні спільноти та нові культурні реалії [1, с. 7].

Одним із найважливіших аспектів сучасної медіакультури, є зміна медіаспоживання під впливом цифрових технологій.

Це пов'язано з тим, що спосіб отримання інформації за допомогою алгоритмів, а не зміст самого повідомлення, визначає наш погляд на світ [2, с. 52].

Соціальні медіа, як новий засіб масової інформації, глибоко змінили наше уявлення про себе, свій імідж і свою роль у суспільстві. Всі медіа трансформують людське сприйняття реальності, і соціальні медіа підтверджують цю теорію. Соціальні медіа створюють платформу для формування ідеалізованого образу нас самих, часто на основі культурних критеріїв, таких як краса, успіх і соціальне визнання.

Селфі-культура, яка стала важливою частиною сучасної медіа-культури, є прикладом того, як нові медіа змінюють сприйняття особистої ідентичності. Медіа не лише передають наші ідеї, але й створюють нові норми та моделі поведінки. У соціальних мережах особистість публікується, коментується і «лайкається» завдяки чому вони стають товаром, що підлягає ретельному контролю та оптимізації. Це нове «розширення» людського «я» створює нові культурні стандарти взаємодії, де цифрові образи стають важливішими за реальні. В результаті, медіакультура в цифрову епоху постає як багатогранне явище, що поєднує в собі традиційні та нові медіа. Вона трансформує не лише спосіб споживання інформації, а й наше сприйняття себе та суспільства. Це підтверджує думку про те, що медіа є не просто передавачами інформації, а трансформують наше мислення, поведінку і культуру [3, с. 16].

Віртуальні тури по музеях, історичних місцях і архітектурних пам'ятках дозволяють людям з різних куточків світу доторкнутися до культурних надбань. Віртуальна реальність дозволяє відтворювати минулі епохи та події, забезпечуючи користувачам глибоке занурення в історичний контекст. Це важливо для освітніх програм, де студенти можуть наочно побачити події або культури, що існували століття тому. Завдяки VR музеї можуть пропонувати віртуальні екскурсії для людей з обмеженими можливостями або тих, хто не може подорожувати. Це розширює доступ до культурної спадщини, роблячи її глобальною і доступною для кожного.

Етично важливо враховувати ризики, пов'язані з впливом віртуальної реальності на психіку. Однією з основних проблем є питання надмірної довіри до VR-технологій. Люди часто не усвідомлюють потенційні небезпеки, такі як хакерські атаки або психологічний вплив контенту, що може викликати тривожні або травматичні реакції. Особливо це стосується

молоді та вразливих груп населення, для яких реалістичність віртуальних світів може викликати значний психологічний стрес [4, с. 5].

Ще одним етичним викликом є питання приватності та безпеки. У віртуальних спільнотах часто виникають проблеми з недобросовісною взаємодією між користувачами, вторгненням в особисті дані або навіть маніпуляцією свідомістю користувачів за допомогою технологій. Важливо розробляти етичні стандарти та регулювати використання VR-технологій, щоб уникнути можливих зловживань та забезпечити захист особистої інформації.

Отже, хоча віртуальна реальність відкриває нові горизонти для розвитку суспільства, необхідно уважно ставитися до її психологічних та етичних наслідків, аби забезпечити безпечне і гармонійне використання технологій у майбутньому.

Список використаних джерел

1.McLuhan Marshall. Understanding Media: The Extensions of Man, 2022, 410 p.
2. Francisco Lara, Jan Deckers.Ethics of Artificial Intelligence: Ethics of Virtual Reality. 2023, 201p.
3. Bill Cunneen. Problems With Virtual Reality Training They Don’t Want You To Know 2021, 55 p.
4. Heim, M. *Virtual Realism.* Oxford University Press.1998, No. 4. 17 p.

УДК : 159.9:316:
ORCID https://orcid.org/0000-0002-3121-658X

ЕТНОПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ В ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Проданюк Ф.М., кандидат історичних наук, доцент,
професор кафедри психології та педагогіки
Український гуманітарний інститут

Ключові слова: етнопсихологія, полікультурне середовище, глобалізація, євроінтеграція, Україна, демократичний світогляд, особливості.

Актуальність теми наукової роботи зумовлена рядом факторів: російською війною розпочатою проти України у 2014 р. і особливо її

активною фазою у 2022-2026 рр.; необхідністю об'єднання всіх демократичних сил у боротьбі з агресією РФ проти нашої держави; посиленням процесів глобалізації у світі; світовими економічними кризами, різким загостренням продовольчої проблеми: політичною нестабільністю та регіональними воєнними конфліктами; посиленням інтенсивності зростання міграційних процесів у всіх частинах нашої планети. Не лише на науковому, але й на політичному та економічному рівнях в сучасних умовах зростає потреба в пошуках ефективних шляхів гармонізації міжетнічних стосунків, запобігання можливості виникнення у будь-якій формі конфліктів між представниками різних народів, формування принципів толерантності, втілення в життя правових норм визнання універсальних прав особистості; налагодження різноманітних каналів комунікації між представниками різних етносів тощо.

Метою наукового дослідження є теоретичний аналіз, з'ясування різноманітних особливостей міжетнічної взаємодії, виявлення основних аспектів психологічної адаптації, пошук шляхів уникнення конфліктів між різними народами, сприяння гармонізації стосунків між представниками етнічних груп населення у світовому та регіональному полікультурному просторі.

Завдання наукової роботи:

1. З'ясувати теоретичні аспекти аналізу визначальних етнопсихологічних чинників, які впливають на налагодження толерантного спілкування між різними народами. Проаналізувати наявну наукову літературу, присвячену даній науковій проблемі в культурології, етнопсихології, соціальній психології, крос-культурній-психології тощо.

2. Розглянути національні та психологічні особливості різних етносів, які впливають на поведінку представників етнічних груп під час їхнього спілкування з іншими народами.

Об'єкт наукової роботи – процес спілкування, взаємодії, соціальної та психологічної адаптації між представниками різних етносів, що одночасно існують у єдиному полікультурному просторі.

Предмет наукового дослідження: причини виникнення конфліктів, шляхи їхнього уникнення та подолання; різноманітні етнічні стереотипи та упередження; рівень етнічної ідентичності та самосвідомості; ключові аспекти міжкультурної адаптації.

Аналіз досліджень та публікацій з наукової проблеми. Різні аспекти даної теми наукового дослідження активно досліджувала в XX та XXI століттях значна частина як зарубіжних так і вітчизняних дослідників. Зокрема, особливості прояву етнічних стереотипів та упереджень у представників різних народів активно вивчали В. Ліппман, Г. Олпорт, Х. Теджфел та багато інших. Питанням расових та етнічних відносин приділяли значну увагу у своїх роботах Б. Андерсон, І. Валлерстайн, Е. Гобсбаум, Е. Сміт та багато інших. Серед вітчизняних науковців названу проблему активно досліджували О. Бабчук, Є. Головаха, В. Котигоренко, І.

Кресіна, Л. Нагорна та багато інших. На початку XXI століття українські та зарубіжні дослідники досліджують різні аспекти з проблем етнопсихологічних особливостей взаємодії в полікультурному середовищі. Серед відомих вітчизняних вчених питаннями вивчення процесу адаптації та особливостей етнічної толерантності та переживання особистості в різних травмуючих ситуаціях активно вивчає Т. Кириленко. Основні проблеми формування полікультурної компетентності висвітлені у наукових роботах вітчизняних дослідників: Р. Агадуллін, В. Бойченко, О. Гуренко, Л. Перетяга та інші.

*Виклад основного матеріалу***.** Під терміном толерантність прийнято розуміти терпимість до іншого світогляду, способу життя, поведінки і звичаїв [1]. Його складовою частиною є також поняття толерантне спілкування. Під даним терміном слід розуміти прагнення уникати конфлікти та визнання за іншими особами права бути іншими. До основних теоретичних чинників даного поняття прийнято відносити такі складові: Етнокультурну ідентичність як фундамент сприйняття; наявність певної системи цінностей та наявність етнічних норм, менталітет та національний характер, чітке розуміння етнічних стереотипів та упереджень, вивчення характерних рис та особливостей невербальної та вербальної комунікації, формування зрозумілих механізмів досягнення етнокультурної толерантності тощо. Зокрема, національну ідентичність українців активно досліджує в своїх роботах Л.П. Нагорна [2]. Однією із важливих сучасних теорій комунікацій прийнято вважати концепцію концептуальності культур Е. Холла [3]. Відомий соціолог Г. Хофстеде розробив теорію культурних вимірів. Серед чотирьох запропонованих вченим вимірів, важливе місце відведено питанням «Колективізм – Індивідуалізм» [4].

Толерантне спілкування не можливе без врахування етнічних та психологічних особливостей, які характерні для тих чи інших суб’єктів взаємодії. На спілкування значний вплив мають також притаманні різним етносам форми передачі інформації. Вони сприяють внутрішній цілісності представників того чи іншого етносу. Зокрема, прийнято вважати, що рівень культури спілкування залежить від наявності таких чинників: загального стану розвитку окремо взятої країни, її суспільно-політичного, соціально-економічного, національно-культурного та духовно рівня тощо; рівня розвитку комунікацій як окремих етнічних груп, так конкретних особистостей; відкритості окремої етнічної групи населення до можливості зовнішнього спілкування з представниками інших етносів; наявності певної системи зовнішніх зв’язків тощо [5].

Висновки. Наукова проблема етнопсихологічних особливостей взаємодії в полікультурному середовищі потребує подальшого вивчення та аналізу. Особливої уваги, на нашу думку, потребують питання психологічних особливостей між представниками різних етносів, форми впливу на поведінку при міжетнічному спілкуванні, а також впливи на

спілкування етнопсихологічних бар'єрів та стереотипів. Об'єктивний та неупереджений їхній аналіз допоможе налагодити взаємодію між представниками різних етнічних груп та уникнути конфліктів між ними.

Список використаних джерел

1. Толерантність – це розуміння того, що людина має право бути не такою, як інші. URL:https://docuclub.docudays.ua/news/-lyudina-maye-pravo-buti-ne-takoyu-yak-insh
2. Нагорна Л. Поняття «національна ідентичність» і «національна ідея» в українському термінологічному просторі //Політичний менеджмент, 2003. № 2. 14-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2003_2_4.
3. Shynkaruk L., Salata H., Danylova T. DIALOGUE OF CULTURES: E. HALL AND F. KLUCKHOHN. // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. № 3, 2028. С. 128-133.
4. Романуцький В.М. Континуум "індивідуалізм – колективізм" як основний вимір сучасної культури (за Г. Хофстеде). URL: file:///C:/Users/UGI_user/Downloads/137449-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-295313-2-10-20180718.pdf
5. Опалюк О.М., Лісовий О.І. Соціокультурні та етнопсихологічні особливості спілкування. URL: file:///C:/Users/UGI_user/Downloads/162262-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-354396-1-10-20190403.PDF

ORCID ID 0000-0002-1515-6070

LEGO ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

Черняк Д.С., кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Зливко А., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Lego (далі Лего) - конструктор з набору деталей - різнокольорових пластмасових цеглинок, маленьких фігурок - для збирання та моделювання різноманітних предметів, що випускається компанією Lego Group, яка була заснована ще в 1932 році. За даними компанії кожну хвилину виробляється 68 тис. кубиків Лего [2]. Річний обсяг виробництва цеглинок Лего в середньому становить приблизно 36 млрд на рік [5]. Асортимент в 2024 р. включав 840 наборів, найбільш популярними з них були Lego Icons, Lego Star Wars, Lego Technic, Lego City та Lego

Harry Potter [6]. В 2026 році компанія випустила найбільший набір в своїй історії - «Саграда Фамілія», що складається з 12060 деталей та присвячений сторіччю з дня смерті архітектора Антоніо Гауді.[1]

Сьогодні корпорація спеціалізується не тільки на виробництві конструкторів, а випускає ігри, фільми, навчальні матеріали, має тематичні парки розваг. Один з перших Леголендів був відкритий в 1968 році в місті Біллунд (Данія) та повністю побудований з конструктора Лего. Сьогодні в світі нараховується 12 тематичних парків розваг.

Lego Group - датська приватна компанія, найбільший виробник іграшок у світі, починала з виробництва дерев'яних іграшок та товарів для дому. Назва компанії Lego Group походить з датської - «leg godt», що означає «грати добре» та втілює задум її засновника Оле Кірка Крістіансена, який не припиняв виробництво іграшок навіть під час Другої світової війни, оскільки вважав, що навіть в самі темні часи діти заслуговують на те, щоб гратися. Засновники Lego Group вважають, що основною ідеєю компанії є створення іграшки, що буде «сприяти розвитку дитячої уяви, творчого прагнення та радості творення, що є рушійною силою кожної людини». [2]. Основними цінностями бренду Лего є уява, творчість, розвага, навчання та турбота [3].

Основу конструктора Лего складає цеглинка (порожнистий пластмасовий блок), яку можна поєднувати з іншими цеглинками за рахунок наявних шипів. Перший кубик LEGO був запатентований в 1958 році. Кубики, випущені за цим першим патентом, ідеально підходять до кубиків, що випускаються сьогодні.

Набори Лего популярні не тільки серед дітей, але й дорослих, оскільки дозволяють збирати за допомогою деталей машини, літаки, будівлі, пам'ятки культури і т.п., розвивають пізнавальну активність, просторове мислення, дрібну моторику, формують навички конструювання, ремонту техніки.

Конструктор Лего активно використовується в освітньому процесі. Зокрема, Міністерство освіти і науки України та the LEGO Foundation підписали Меморандум про взаєморозуміння, який визначає напрями співпраці у сферах освіти та науки та продовжує партнерство, започатковане ще у 2010 році. Меморандум передбачає співпрацю в межах:

- «реалізації проєкту «Сприяння освіті» у закладах дошкільної освіти;
- підтримки Нової української школи (НУШ);
- запровадження програм соціально-емоційного навчання в дошкіллі та загальній середній освіті;
- впровадження модулів і спецкурсів з діяльнісного навчання в закладах вищої та післядипломної педагогічної освіти;
- створення регіональних екосистем діяльнісного навчання;

- підтримки інклюзивної освіти, зокрема для дітей із порушеннями зору;
- проведення наукових та моніторингових досліджень» [9].

Вчителі початкових класів наголошують, що «LEGO дозволяє дітям вчитися граючись і навчатись у грі» [8]. Гра в «Лего» вчить витривалості, посидючості, співпраці, розвиває допитливість. Граючись та конструюючи з кубиків Лего щось за власним задумом, у дитини формується уява, здатність генерувати нові ідеї, мислити нестандартно, експериментувати, розвивається креативність, як одна з провідних компетентностей спеціалістів XXI ст. «Лего» може використовуватися для «прокачування» соціальних навичок, наприклад коли команди учнів мають зібрати набір Лего або запропонувати власну модель.

За даними дослідників конструктори Лего цікаві не тільки дітям, але й дорослим, оскільки дозволяють покращувати концентрацію уваги, когнітивні функції, стимулюючи тренування мозку. Конструюючи, дорослі помітно краще себе почувають, та позбуваються стресу, тривожних станів за рахунок концентрації уваги на справі «створення нового».

Гра в Лего – це також цікаве хобі та можливість колекціонування. Так найбільша колекція наборів LEGO – 6005 – була зібрана Мілошем Кржечеком у Празі (Чехія),21 червня 2023 року. [7]

Гра в Лего – це можливість комунікації та пошуку друзів, однодумців. Креативна індустрія відзначає стрімке зростання кількості дорослих шанувальників Лего, що об'єднуються по всьому світу в спільноти, зокрема існує спільнота дорослих фанатів Лего – AFOL (Adult Fans of Lego).

Отже, «Лего» – це не просто популярна іграшка, але й феномен культури, філософія, що об'єднує різні покоління.

Список використаних джерел

1. Lego launches 12,060-piece Sagrada Família https://edition.cnn.com/2026/06/05/style/lego-sagrada-familia-gaudi-scli-intl
2. https://www.britannica.com/topic/LEGO
3. https://www.lego.com/uk-ua
4. Лего https://uk.wikipedia.org/wiki/Lego
5. The Lego Group // https://uk.wikipedia.org/wiki/The_Lego_Group
6. The LEGO Group Annual Report 2024 // https://www.lego.com/cdn/cs/aboutus/assets/blt1cdf90a38318ef56/the_LEGO_Group_Annual_Report_2024.pdf
7. Largest collection of LEGO sets // https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/largest-collection-of-interlocking-plastic-brick-sets

8. «Lego-технології як основа stem-освіти в початковій школі» // https://naurok.com.ua/lego-tehnologi-yak-osnova-stem-osviti-v-pochatkoviy-shkoli-414061.html
9. МОН і the LEGO Foundation продовжують партнерство // https://mon.gov.ua/news/mon-i-the-lego-foundation-prodovzhuiut-partnerstvo

ORCID ID 0000-0002-1515-6070

ФЕНОМЕН БРЕЙНРОТ-КУЛЬТУРИ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Черняк Д.С., кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Смирська Д., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Брейнрот (від англ. *brainrot* — «гниття мозку») – сучасна інтернет культура, що базується на надмірному споживанні беззмістовного, абсурдного, низькоякісного, гіперстимулюючого контенту, що перевантажує увагу та викликає звикання.

Брейнрот характеризують як залипання інтернет-користувача на беззмістовному контенті, що може негативно впливати на когнітивні функції. Брейнрот — це стан ментального та культурного виснаження через надмірне використання цифрових медіа, особливо короткоформатних.

Перші використання терміна в Інтернеті відстежуються ще до 2004 року, а в 2023 році його популярність стрімко зросла, перетворивши вираз в інтернет-мем, за версією Оксфордського словника брейнрот - словосполучення 2024 року [5].

Дослідники визначають брейнрот як вірусний феномен, популярний серед покоління зумерів та альфа.

Для брейнрот культури характерні:

- абсурдний гумор,
- постіронія,
- безглуздість (як реакція на безкінечний інформаційний шум у Мережі),
- споживання низькоякісного, безглуздого контенту низької цінності,
- гіперстимуляція,
- захоплення уваги з першого кадру,
- контент, створений штучним інтелектом, що генерує сюрреалістичні сценарії та персонажів (наприклад тринога акула Тралалеро Тралала),
- утаємничені, позбавлені логіки візуальні образи,

- надкороткий життєвий цикл: брейнрот миттєво привертає масову увагу, але так само швидко втрачає актуальність,
- надмірна меметичність,
- сленг/ мережевий жаргон - набір специфічних слів, що стали мемами (Skibidi, Rizz, Gyatt , Sigma, Fanum tax, Ohio і т.п.).

Не зважаючи, що брейнрот активно критикують, це не заважає йому бути популярним, так з січня 2024 р. контент, пов'язаний з цим явищем, переглянули 1,33 млрд. разів. [1]

«Гниття мозку» - визначають також «як стан, що характеризується затуманеністю свідомості, млявістю, зниженням концентрації уваги та погіршенням когнітивних та виконавських функцій, що виникає внаслідок надмірного часу, що проводиться за екраном». [3]. Одним із способів деградації мозку є «думскролінг» - тривалий пошук негативних та тривожних новин в інтернеті та соціальних мережах, що призводить до порушення психологічного благополуччя [3]. Фахівці б'ють на сполох, адже «гниття мозку» має негативні наслідки, призводить до труднощів з організацією та запам'ятовуванням інформації, порушення когнітивних функцій, зниження мотивації, продуктивності, залежності від соціальних мереж та перегляду контенту в YouTube, Instagram, TikTok, зниження самооцінки, втрати емоційної чутливості. Психологи пояснюють популярність таких відео як спробу втечі від складної реальності.

Брейнрот асоціюється з новим поколінням, авангардизмом. Великі компанії використовують брейнрот-контент для просування товарів та впливу на споживацькі й купівельні спроможності нового покоління. Так у глобальному звіті про покоління Z, підготовленому компаніями NielsenIQ та GfK у співпраці з World Data Lab (WDL) наголошується, що « купівельна спроможність покоління Z до 2030 року зросте до 12 трлн доларів. Отже, це покоління вплине на товари, які продають виробники та роздрібні торговці в найближчому майбутньому. Споживчі витрати покоління Z швидко зростають - у найближчі кілька років їх обсяг збільшиться на 2,7 трильйона доларів США. А отже, як висновок: виробникам та роздрібним продавцям слід розподіляти інвестиції у це покоління, виходячи з очікуваної частки зростання продажів товарів покоління Z у їх категорії та регіоні світу» [6].

Брейнрот культура набула популярності після пандемія, коли люди перебували вдома та проводиди час в гаджетах. Війни, економічні проблеми, bani світ, в якому перебуває сучасна людина, штовхають її у віртуальний світ, світ розваг. Брейнрот, як зазначають дослідники, гарантує швидкий дофамін в світі невизначеності за рахунок гумору та абсурду. Крім того брейнрот стає соціальним токеном, приводом для спілкування та обговорення нових мемів. Але в той же час брейнрот несе в собі небезпеку, і сучасна людина, особливо молодь, має дбати про цифровий детокс.

Список використаних джерел

1. Курс на деградацію. чому онлайн-життя стає все абсурднішим і як використовувати брейнрот-тренди в комунікації // https://mediamaker.me/chomu-onlayn-zhyttya-staye-vse-absurdnishym-i-yak-vykorystovuvaty-breynrot-trendy-v-komunikacziyi-14706/
2. What's The 'Brain Rot' Meme About? // https://knowyourmeme.com/editorials/guides/whats-the-brain-rot-meme-about-the-internet-slang-term-for-the-chronically-online-and-its-memes-explained https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D1%80%D0%BE%D1%82
3. Brain Rot: The Impact on Young Adult Mental Health// https://www.newportinstitute.com/resources/co-occurring-disorders/brain-rot/
4. Атака брейнротів: що це за новий тренд і чим він загрожує дітям?// https://osvitoria.media/lessons/ataka-brejnrotiv-shho-tse-za-novyj-trend-i-chym-vin-zagrozhuye-dityam/
5. Брейнрот // https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D1%80%D0%BE%D1%82#cite_note-sbs-6
6. Global Report. Spend Z Gen Z changes everything https://nielseniq.com/global/en/landing-page/spend-z/

УДК 784.011.26-026.15:785
ORCID https://orcid.org/0000-0001-9448-7443

АРТИСТИЗМ ВОКАЛЬНОГО АНСАМБЛЮ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА СУЧАСНИХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ (НА ПРИКЛАДІ АНСАМБЛЮ «ФОЛЬКMODERN»)

Кирстюк О.П., асистент кафедри музики
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Ключові слова: артистизм, вокальний ансамбль, сценічне мистецтво, фольклорна музика

Сучасні креативні індустрії висувають нові вимоги до сценічного мистецтва, серед яких особливого значення набуває артистизм виконавця як комплексна характеристика його професійної та творчої діяльності. Вокальні ансамблі, що функціонують на перетині традиційної культури та сучасних мистецьких практик, відіграють важливу роль у формуванні нових естетичних стандартів сценічного виступу. Ансамбль «ФолькModern» є прикладом колективу, який завдяки високому рівню артистизму не лише інтерпретує фольклорну спадщину, а й активно впливає на розвиток сценічного мистецтва в умовах сучасних креативних індустрій.

Артистизм у вокальному мистецтві слід розглядати як синтез технічної майстерності, емоційної виразності та комунікативної здатності виконавця. Технічний компонент передбачає володіння вокальною технікою, включаючи правильне дихання, чистоту інтонації, темброву гнучкість та ритмічну точність. Емоційно-виражальний аспект полягає у здатності передавати зміст музичного твору через інтонаційні нюанси, динаміку, міміку та пластичні засоби. Комунікативний компонент визначає ефективність взаємодії як між учасниками ансамблю, так і з аудиторією, що особливо важливо в умовах сучасної сцени, де глядач очікує не лише слухового, а й емоційного та візуального залучення. Таким чином, артистизм виступає інтегративною якістю, що забезпечує цілісність сценічного образу та підвищує художню цінність виконання.

Проблема інтеграції акторських і вокальних засобів у сценічній майстерності як чинника розвитку сучасного мистецтва досліджувалася у працях музичних критиків та педагогів Ю. Антипенка [2], М. Г. Портамана, Д. Плейфеєра [5], В. Левка [2] та інших. Про взаємодії артистизму та вокального мистецтва докладно розглядається у праці американського актора Малькольма Арнольда «Навчальний посібник співака-актора», у якій автор ділиться власними методиками виконавської майстерності, спираючись на багаторічний досвід роботи в різних музичних театрах. Арнольд підкреслює, що багато виконавців зосереджуються на технічних аспектах співу, вимові та віртуозних елементах партитури, водночас недооцінюючи роль уяви, сценічного образу та емоційної експресії, які мають передаватися аудиторії під час виконання музичного твору. На думку автора, глядачам недостатньо лише бездоганної техніки та знання партитури; їхню увагу можна завоювати лише через артистизм, який реалізується через образність, емоційність та сценічну візуалізацію сенсу твору [4, с.466].

Діяльність ансамблю «ФолькModern» демонструє новий підхід до інтерпретації народної музики, який базується на поєднанні автентичних фольклорних елементів із сучасними музичними стилями. Такий синтез дозволяє розширити аудиторію та зробити традиційну культуру актуальною для сучасного слухача. Виступи ансамблю відзначаються високим рівнем сценічної синхронності, що проявляється не лише у точній

координації вокальних партій та узгодженості рухів, а й у складній ритмічній взаємодії, де учасники колективу використовують кахон, стуки руками і ногами як додаткові інструменти, що підсилюють музичний ритм. Така інтеграція вокалу та перкусійних ефектів створює цілісний сценічний образ і формує ефект гармонійної взаємодії, що значно підвищує естетичне сприйняття виступу.

Важливим компонентом артистизму ансамблю «ФолькModern» є емоційна виразність, яка досягається завдяки використанню театралізованих елементів, сценічної пластики та динамічної драматургії. Кожен виступ колективу формується як цілісний художній образ, у якому музичний матеріал інтегрується з візуальними та сценічними компонентами. Зокрема, на фестивалі «Червона рута» ансамбль поєднував вокальну, артистичну майстерність із грою на кахоні, що слугувало засобом ритмічної та сценічної інтеграції та, за оцінками критиків, надавало традиційним мелодіям нової емоційної глибини й сценічної виразності. У відеороботі «За байраком байрак» в обробці Ольги Токар таке поєднання використовувалося для відтворення драматургічної структури твору, передачі глибини переживань і відображення тяжкої долі народу, підкреслюючи значення артистизму у формуванні смислового та емоційного навантаження виступу. Крім того, інтерактивні елементи дозволяли аудиторії брати участь у формуванні сценічного досвіду, що свідчить про здатність ансамблю адаптувати артистизм до цифрового середовища та сучасних форм комунікації з глядачем [3].

Артистизм ансамблю «ФолькModern» також проявляється у здатності ефективно використовувати сценічний простір. Розміщення учасників, їхнє переміщення та взаємодія на сцені створюють динамічні візуальні композиції, які підсилюють емоційний вплив музики. Важливу роль відіграє і взаємодія між виконавцями, яка ґрунтується на взаєморозумінні, слуховій чутливості та здатності до імпровізації. Це дозволяє досягти високого рівня ансамблевої єдності та створити цілісний художній образ. На думку М. Сухалової, саме доповнення виконавства елементами театрального та хореографічного мистецтв підсилює художню складову вокалу та створює стійкі асоціативні зв‘язки з ідеями твору завдяки процесу проєктуванню індивідуального досвіду та історію, що розкривається в композиції [1].

У ширшому контексті діяльність ансамблю «ФолькModern» сприяє розвитку сценічного мистецтва сучасних креативних індустрій у кількох напрямах. По-перше, відбувається формування нових стандартів сценічного виступу, що передбачають інтеграцію музики, театру, хореографії та мультимедійних технологій. По-друге, ансамбль сприяє популяризації національної культурної спадщини, адаптуючи фольклор до сучасних естетичних запитів і тим самим залучаючи ширшу аудиторію, зокрема молодь. По-третє, його діяльність стимулює розвиток міждисциплінарних проєктів, що є характерною рисою сучасних

креативних індустрій. По-четверте, високий рівень артистизму колективу сприяє професійному зростанню виконавців, формуючи у них комплекс навичок, необхідних для успішної діяльності на сучасній сцені.

Отже, артистизм вокального ансамблю виступає важливим чинником розвитку сценічного мистецтва, оскільки забезпечує поєднання технічної досконалості, емоційної виразності та ефективної комунікації з аудиторією. На прикладі ансамблю «ФолькModern» можна стверджувати, що сучасний вокальний колектив здатний не лише зберігати культурну спадщину, а й активно трансформувати її відповідно до вимог часу, створюючи нові художні форми та підвищуючи рівень сценічної культури. Таким чином, артистизм стає не лише естетичною характеристикою виконавця, а й ключовим інструментом інновацій у сфері сценічного мистецтва та креативних індустрій.

Список використаних джерел

1. Сухолова М. А. Значення артистичності у формуванні іміджу виконавця-вокаліста. Інноваційна педагогіка: науковий журнал, 2020, 23. Т. 2. С. 110–113. DOI: http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/7052

2. Антипенко Ю., Левко В. І. Пісенна творчість українських артистів у період війни в контексті емоційної виразності мистецької рефлексії. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрям культурологія. Рівне, 2024, 49. С. 131-138. DOI: https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi49.847.

3. Кафедра музики. Обр. Ольги Токар, сл. Тараса Шевченка За байраком байраком. YouTube. 27.06.2025. URL: https://youtu.be/0KGYa2ZUD10 (дата звернення: 29.03.2026).

4. Коломієць В. І. Імідж у синергії артистизму та вокалу. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2025. № 2. С. 465-469. DOI: https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2025.339049

5. Portman G., Playfair D. Integrated Training for the Singing Actor: Theory and Practice. The Brock Review, 2012, 12, Vol. 2, 62-72. DOI: https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2025.339049

УДК 004:008:338.48(477)
ORCID iD 0009-0001-7522-108X

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Барвицький К.В., аспірант

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: діджиталізація, культурний простір, креативні індустрії, цифрові технології, культурна спадщина, полікультурне середовище, цифрова трансформація.

Сучасний етап розвитку глобального суспільства характеризується активним впровадженням цифрових технологій у всі сфери життєдіяльності, що зумовлює суттєві трансформації культурного простору. Особливого значення ці процеси набувають у контексті розвитку культурних та креативних індустрій, які виступають важливим чинником економічного зростання, соціальної згуртованості та міжнародної культурної інтеграції. В Україні діджиталізація культурної сфери відбувається в умовах одночасного впливу глобалізаційних процесів і воєнних викликів, що визначає її специфіку та актуальність дослідження.

Цифрові технології істотно змінюють механізми функціонування культурного простору, трансформуючи процеси створення, поширення та споживання культурного продукту. Відповідно до досліджень UNESCO, цифрова трансформація сприяє розширенню доступу до культурних ресурсів, підвищує рівень їх збереження та стимулює розвиток інноваційних форм творчості. Це особливо важливо для України, де цифрові інструменти виконують не лише функцію модернізації культурної сфери, а й виступають механізмом збереження національної ідентичності.

Креативні індустрії є одним із ключових сегментів сучасної економіки, що демонструє значний потенціал розвитку. За даними Європейської Комісії, у країнах ЄС цей сектор забезпечує зайнятість понад 8,7 млн осіб, що становить близько 3,8% від загальної кількості працюючого населення. В Україні внесок креативних індустрій також є вагомим: їх частка у валовій доданій вартості становить близько 4,2%, що свідчить про значний потенціал подальшого зростання.

Діджиталізація виступає ключовим фактором розвитку креативних індустрій, оскільки забезпечує нові можливості для виробництва культурного контенту та його просування на міжнародних ринках. Цифрові платформи дозволяють митцям і креативним підприємцям виходити за межі національних ринків і взаємодіяти з глобальною аудиторією. Водночас цифрове середовище створює нові виклики, зокрема нерівномірний доступ до технологій, концентрацію платформ та проблеми монетизації творчої діяльності.

Важливим напрямом трансформації культурного простору є цифровізація культурної спадщини. Оцифрування музейних колекцій, архівів і бібліотечних фондів дозволяє зберегти культурні цінності та забезпечити їх доступність для широкого кола користувачів. У сучасних умовах війни це набуває особливого значення, оскільки цифрові ресурси виступають своєрідним механізмом захисту культурної спадщини від фізичного знищення. Як зазначається у звітах міжнародних організацій,

цифрові архіви та онлайн-платформи стають ключовими інструментами культурної стійкості.

Окрему увагу слід приділити розвитку цифрових культурних платформ, які забезпечують інтеграцію України у глобальний культурний простір. Такі платформи сприяють популяризації української культури, формуванню позитивного міжнародного іміджу та розвитку культурної дипломатії. Водночас вони створюють умови для розвитку нових бізнес-моделей у сфері креативних індустрій.

Цифрові технології також трансформують сам процес культурного виробництва. З'являються нові форми мистецтва, зокрема цифрове мистецтво, мультимедійні проєкти та NFT-культура. Це сприяє розширенню меж творчості та формуванню нових напрямів розвитку креативних індустрій. Водночас традиційні форми мистецтва адаптуються до цифрового середовища, що забезпечує їх актуальність у сучасному світі.

Суттєві зміни відбуваються і в моделях культурного споживання. Користувачі дедалі активніше беруть участь у створенні та поширенні культурного контенту, що сприяє формуванню інтерактивного культурного середовища. Соціальні мережі та цифрові платформи стають основними каналами культурної комунікації, що змінює характер взаємодії між митцями та аудиторією.

Разом із позитивними ефектами цифровізація створює і низку викликів. Серед них — цифрова нерівність, обмежений доступ до ресурсів, ризики втрати культурної автентичності та залежність від глобальних платформ. Крім того, існують проблеми захисту авторських прав і забезпечення справедливої винагороди для творців культурного контенту.

У контексті полікультурного середовища діджиталізація сприяє активізації міжкультурної взаємодії та інтеграції України у світовий культурний простір. Це створює передумови для розвитку міжнародного культурного співробітництва та підвищення конкурентоспроможності українських креативних індустрій.

Отже, цифрові технології виступають важливим чинником трансформації культурного простору України та розвитку креативних індустрій. Вони забезпечують нові можливості для створення культурного продукту, розширюють доступ до культурних ресурсів та сприяють інтеграції України у глобальний культурний простір. Водночас необхідно враховувати виклики, пов'язані з цифровізацією, та формувати ефективну державну політику, спрямовану на підтримку креативних індустрій у цифровому середовищі.

Список використаних джерел

1. Digital technologies in the culture sector // UNESCO. URL: https://www.unesco.org/en/mondiacult/digital-technologies-culture-sector (дата звернення: 28.03.2026).

2. Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing culture as a global public good// UNESCO. URL: https://www.unesco.org/en/reshaping-creativity-reports (дата звернення: 28.03.2026).
3. Data on the cultural sector // European Commission. URL: https://culture.ec.europa.eu/policies/selected-themes/data-on-the-cultural-sector (дата звернення: 28.03.2026).
4. Creative industries generated 4.2% of value added of the Ukrainian economy in 2020 // Cabinet of Ministers of Ukraine. URL: https://www.kmu.gov.ua/en/news/u-2020-roci-kreativni-industriyi-zgeneruvali-42-dodanoyi-vartosti-ukrayinskoyi-ekonomiki (дата звернення: 28.03.2026).
5. Cultural and Creative Sectors in Ukraine: Resilience, Recovery, Integration with the EU. 2024// Cultural Relations Platform. URL: https://www.cultureinexternalrelations.eu/2024/07/30/download-our-report-cultural-and-creative-sectors-in-ukraine-resilience-recovery-integration-with-the-eu/ (дата звернення: 28.03.2026).
6. New opportunities and challenges for cultural industries in the digital environment// UNESCO. URL: https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en/new-opportunities-challenges-inclusive-cultural-creative-industries-digital-environment (дата звернення: 28.03.2026).

УДК 008:338.46:316.7

КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В ОПТИЦІ РОЗВИТКУ АРХІВНОЇ СПРАВИ

Беззуб В.С., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Копієвська О.Р. доктор культурології, професор, професор кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: архівна справа, культурні та креативні індустрії (ККІ), цифровізація, креативна трансформація.

Сучасний етап розвитку глобального суспільства характеризується зміщенням акцентів від сировинної економіки до економіки знань та вражень. У цьому контексті культурні та креативні індустрії (ККІ) стають не лише джерелом економічного зростання, а й фундаментальним інструментом формування соціальної згуртованості та міжкультурного діалогу.

Культурна трансформація XXI століття вимагає нових підходів до виробництва, дистрибуції та споживання культурного продукту, архівного зокрема. В своїх наукових працях Копієвська О.Р. зазначає, що культурна складова національного інтересу складається з різних видів діяльності і

практик [2], які активно трансформуються під впливом різних глобальних впливів та викликів, серед яких особливе місце належить розвитку креативних індустрій [3].

Культурні та креативні індустрії у контексті розвитку архівної справи постають як динамічне середовище переосмислення, актуалізації та популяризації документальної спадщини. Архіви перестають функціонувати виключно як інституції збереження, натомість набувають рис відкритих платформ для інтерпретації, комунікації та творчого виробництва.

Українські вчені наголошують, що «в епоху цифрових технологій архіви як установи, що зберігають пам'ять, не втратитимуть свої функції, які все ж необхідно трансформувати з огляду на об'єктивну потребу пристосовуватися до змін у технологічній і соціальній сферах та державному управлінні» [1, с.150].

У цій оптиці архівна справа інтегрується в ширший культурний процес через кілька ключових векторів. По-перше, відбувається цифрова трансформація архівів, що забезпечує доступність матеріалів і створює передумови для їх використання у дизайні, кіно, медіаарті, видавничій справі. По-друге, архіви стають ресурсною базою для креативних практик - від документального кіно до інтерактивних виставок і сторітелінгу. По-третє, формується новий тип взаємодії з аудиторією, де користувач виступає не лише споживачем, а й співтворцем культурного продукту.

Цифрова трансформація в архівній справі, прискорена глобальними викликами останніх років, визначила нові перспективи ККІ. Використання блокчейн-технологій та NFT відкриває нові горизонти для монетизації інтелектуальної власності, захищаючи права авторів у децентралізованому світі. Водночас постає питання етики використання штучного інтелекту в креативному процесі. ШІ стає інструментом-помічником, що дозволяє обробляти величезні масиви архівних даних, створюючи нові форми.

Нові форми в архівній справі пов'язані з переходом від традиційного збереження документів до їх активного використання, інтерпретації та включення у сучасні культурні процеси. Архіви дедалі більше функціонують як відкриті, динамічні платформи, що поєднують технології, творчість і комунікацію.

До ключових нових форм можна віднести: цифрові архіви та онлайн-платформи (оцифрування фондів і створення відкритих баз даних забезпечують широкий доступ до матеріалів.); інтерактивні архівні проєкти (виставки, мультимедійні інсталяції, VR/AR-рішення дозволяють «зануритися» в історичний контекст); архів як простір сторітелінгу (документи, фотографії, аудіо- та відеоматеріали використовуються для створення наративів - у документальному кіно, подкастах, цифрових історіях); партисипативні (учасницькі) архіви (користувачі долучаються до формування архівів: додають власні матеріали, коментують, ідентифікують об'єкти); креативне переосмислення архівів (використання

архівних ресурсів у мистецтві, дизайні, моді, медіа, виникнення практик, так званого «архівного реміксу», коли історичні документи інтегруються в нові культурні продукти).

Особливого значення набуває переосмислення архіву як простору культурної пам'яті та ідентичності. Через креативні індустрії архівні матеріали отримують нове життя, стаючи частиною сучасних наративів, візуальних стратегій та соціокультурних практик. Це сприяє не лише збереженню спадщини, а й її актуалізації у відповідь на виклики часу, зокрема в умовах суспільних трансформацій і війни.

Таким чином, взаємодія культурних і креативних індустрій з архівною справою відкриває перспективи для інноваційного розвитку архівів як активних учасників культурного виробництва та комунікації.

Культурні та креативні індустрії в оптиці розвитку архівної справи дозволило останнім перейти у формат інтерактивного середовища, де користувач може здійснювати пошук, аналіз і навіть ремікс архівного контенту. Архівний матеріал в його креативній інтерпретації стає частиною досвіду, а не лише джерелом інформації і може виступати основою для переосмислення минулого через сучасні форми оповіді. Культурні та креативні індустрії в оптиці розвитку архівної справи сприяють демократизації архівної справи та розширенню колективної пам'яті. Креативна трансформація архівної справи дозволяє використовувати такі сучасні комунікативні платформи, як: соціальні мережі, онлайн-лекції, цифрові виставки, при цьому формувати нові моделі взаємодії з аудиторією і стати активним учасником публічного дискурсу.

Отже, нові форми архівної справи відображають її креативну трансформацію у бік відкритості, демократичності та технологічності, де збереження поєднується з інноваційною інтерпретацією, а минуле - з актуальними культурними креативними практиками.

Список використаних джерел

1. Веремчук, О., Постельжук О. Цифровізація архівних установ: виклики та перспективи збереження національної пам'яті в епоху технологічних трансформацій. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*, 15, 2025, с.142-153. https:// doi.org/10.31866/2616-7654.15.2025.335086

2. Копієвська О.Р. Культурна складова національного інтересу. *Культура і сучасність*: альманах. Київ: Міленіум, 2014. № 1. С. 30–36.

3. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології: 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.

УДК: 008:391:316.7
ORCID: 0009-0000-2246-1260

МОДА ЯК КУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ: ІДЕНТИЧНІСТЬ, ВЛАДА ТА СИМВОЛІКА

Беленчук Ю.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Бурназова В. В. – завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури, кандидат педагогічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: мода, ідентичність, символіка, культурна дипломатія, діаспора.

Мода є складним соціокультурним явищем, що поєднує естетичні, економічні, символічні та комунікативні функції [7; 8]. У сучасній гуманітаристиці мода розглядається як форма соціальної комунікації, що дозволяє індивідам і групам передавати інформацію про свою ідентичність, статус, світогляд та культурну належність [10]. У цьому контексті традиційний костюм виступає важливим маркером національної ідентичності та культурної пам'яті, що підтверджується як зарубіжними, так і українськими дослідженнями [4; 5]. Мода, як і сценічне мистецтво, поєднує візуальність та дію: костюм формує не лише зовнішній вигляд, а й поведінкові моделі, жести, манеру руху. Таким чином, одяг стає інструментом культурної репрезентації, що працює за тими ж принципами, що й сценічний образ [2].

Особливої ваги мода набуває у процесі формування культурної ідентичності [12]. У традиційному костюмі закодовані історичні наративи, соціальні структури та символи [11]. Орнаментика та кольорова символіка одягу формують систему культурних кодів, через які передається колективний досвід і світогляд спільноти [4; 5]. Так само як музичний ритм і хореографічний жест формують національний стиль, у моді ритм орнаментів, композиція кольорів і структура силуету створюють візуальний код культури [3]. Водночас традиційний одяг виконує не лише естетичну, але й соціально-комунікативну функцію, відображаючи статус, вік та гендерну належність індивіда [6].

Водночас мода є простором влади та соціального контролю. Вона формує уявлення про «норму», «успішність» і «привабливість», закріплюючи певні соціальні та культурні ієрархії [10]. У цьому контексті особливої уваги потребує гендерний вимір моди, оскільки саме через одяг відбувається конструювання та відтворення уявлень про жіночність і маскулінність. Історично жіноча мода була пов'язана з естетизацією тіла, декоративністю та відповідністю стандартам краси, що виконувало функцію соціального контролю, тоді як чоловіча орієнтувалася на

стриманість і функціональність [12]. Як і в хореографії, де традиційні рухи набувають нових форм, у моді відбувається переосмислення етнічних елементів: сучасні дизайнери інтегрують традиційні мотиви у нові силуети, створюючи діалог між минулим і сучасністю [3].

Семіотичний вимір моди дозволяє розглядати її як систему культурних кодів [8]. Символи в моді можуть бути як універсальними (чорний колір як знак трауру), так і культурно специфічними (етнічні орнаменти, релігійні мотиви). Вірменська символіка має глибоке історичне коріння: гранат – символ життя, родючості та єдності; хачкар – знак духовності, пам'яті та культурної тяглості; геометричні орнаменти – відображення космогонічних уявлень; традиційні кольори – червоний, синій і помаранчевий як елементи національної ідентичності [13]. Подібні процеси характерні і для української традиційної культури, де орнаменти виконують функцію передачі світоглядних уявлень, соціальних норм і колективної пам'яті [4; 5]. Символи в моді здатні транслювати політичні меседжі, формувати колективну пам'ять і сприяти міжкультурному діалогу [9].

Практичний аспект дослідження базується на матеріалах переддипломної практики у ГО «Вірменське товариство культурних зв'язків – АОКС України», а також включає спостереження, отримані під час відвідування Музею Сергія Параджанова. У процесі проходження практики здійснено відвідування культурних заходів, спрямованих на популяризацію вірменської культури, зокрема виставок і тематичних зустрічей.

Під час відвідування музею було зафіксовано важливу роль візуальної культури у формуванні символічного простору ідентичності. Експозиція, що поєднує етнічні мотиви з авторською естетикою, демонструє, що костюм і декоративні елементи виступають носіями культурних кодів і засобами репрезентації культурної пам'яті.

Водночас у діяльності АОКС України спостерігалося активне використання елементів традиційного одягу та символіки. Учасники заходів інтегрували етнічні орнаменти, національні кольори та стилізовані аксесуари, що виконували ідентифікаційну та комунікативну функції.

Таким чином, поєднання музейного досвіду та сучасних культурних практик [1] дозволяє розглядати моду як динамічний інструмент репрезентації ідентичності, що поєднує збереження традиції з її сучасною інтерпретацією.

Список використаних джерел

1. Берковський, В., & Бурназова, В. (2026). Використання сучасних технологій в музейній педагогіці: теоретико-методологічні позиції. *Соціальна робота та соціальна освіта*, (1(16), 295-305. https://doi.org/10.31499/2618-0715.1(16).2026.355740

2. Бурназова В., Шнайдер А. Традиції і трансформація:

збереження національного хореографічного і музичного коду в умовах глобалізації. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.124-128. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

3. Бурназова В., Новотна М. Мистецтво як перформативна дія: історичні паралелі між візуальним і сценічним у культурі України. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.188-192. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

4. Кара-Васильєва Т. В. Український народний костюм : монографія. Київ : Мистецтво, 2005. 320 с.

5. Лозко Г. С. Українське народознавство : навч. посіб. Київ : АртЕк, 2006. 304 с.

6. Стельмах М. Г. Український народний одяг. Київ : Наукова думка, 1977. 278 с.

7. Barnard M. Fashion as communication. London : Routledge, 2002. 224 p.

8. Barthes R. The fashion system. Berkeley : University of California Press, 1990. 233 p.

9. Bhabha H. K. The location of culture. London : Routledge, 2004. 295 p.

10. Crane D. Fashion and its social agendas : class, gender, and identity in clothing. Chicago : University of Chicago Press, 2000. 294 p.

11. Der Mugrdechian B., Kouymjian D. Armenian costumes through the ages. Fresno : Armenian Studies Program, 2010. 128 p.

12. Entwistle J. The fashioned body : fashion, dress and modern social theory. Cambridge : Polity Press, 2015. 272 p.

13. Kyurkchyan A., Khatcherian H. Armenian ornamental art. Yerevan: Craftology, 2010. 192 p.

УДК 316.7:008:004:001.8

МУЗЕЙ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ІНСТИТУТ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Бондарь С., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Берковський В.Г., кандидат історичних наук, doctor nauk humanistycznych, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: музей, постіндустріальне суспільство, соціокультурний інститут.

З кінця XX ст., з переходом суспільних відносин в цифрову добу, появою нових тенденцій та напрямів розвитку суспільних формацій, перед фахівцями сфери збереження культурної спадщини постає низка важливих питань. Одним з таких питань є проблема трансформації музеїв з установ, що демонструють предмети для «повчання та розваги публіки» та сумлінно зберігають свої авторитарні та незмінні символи застарілої ідентичності, в зовсім інші структури, які, як зазначають В.Берковський та В.Бурназова, формують т.зв. «постмузей» - інституцію постіндустріального суспільства [1, 295-305].

В контексті теорії «постмузею» перед дослідниками, в свою чергу, постає питання – чи є музей соціокультурним інститутом і яку роль та місію він виконує в постіндустріальному суспільстві? І тут доволі слушною є позиція Гарольда Скрамстада, який зазначає, що постмузей повинен відійти від парадигми інституції накопичення більшої кількості артефактів чи інформацій. В XXI сторіччі музей повинен керуватися почуттям соціальної мети, прагненням до зміни людей, ознайомлення їх з новим, потенційно емоційним та психологічно прийнятним досвідом. Більш того, для постіндустріального музею важливим є не зосередження на собі та своїх фондах, а зосередження на мові оповіді та повсякденності музейної оповіді. Музейна виставка має зосереджуватися не на експонатах і їх оригінальності/неоригінальності та уособленні безперервності людської історії, а на тому чим є зміни, які спонукали суспільство робити ті чи інші кроки [6, 25-32].

Цю позицію підтримують й естонські дослідники Пілле Пруульман-Венгерфельдт та Пілле Руннел зазначаючи, що концентрація зусиль музею виключно на наданні якомога більшої кількості інформації більше не вважається достатнім у спілкуванні із аудиторією та суспільством. Демократизація музейних установ, перетворення їх на соціокультурні інституції вимагає від них переформатування для формування нової місії. Цієї місією має стати надання допомоги людині впоратися з тиском, спричиненим загальними неоднозначностями в суспільстві, надаючи доступ до інтерпретацій, а не до готових рішень [5, 157-178].

Розвиток цифрового суспільства, розширення доступу до досвіду через артефакти минулих літ фактично змінив бачення музею суспільством. Тепер музей це не сховище експонатів і не наукова установа, тепер музей є установою, що орієнтована на громадськість і яка підлягає іншим правилам публічного існування. Більш того, музей стає місцем пошуку досвіду, пошуку сенсу та цінностей життя людини. Адже маючи незлічену кількість пошукових варіантів, що є наслідком цифрового світу, людина готова звернутися до будь-якого досвіду, який дасть їй найбільшу цінність та сенс. Як результат, постіндустріальний музей не може претендувати на ті саме свободи які є, наприклад в інших культурних установ.

З іншої сторони, і тут цілковито правий Серж Гілбаут, музей постіндустріальної доби це демократичний простір, де представлені та обговорюються культурні історії, де пам'ять та історія ведуть діалог, щоб уникнути потрапляння в міф про єдину трансцендентальну культуру [3, 3]. Фактично до розуміння музею застосовується нова парадигма в якій дана інституція стає не просто постачальником досвіду, а безпосереднім виробником досвіду, який здатний поєднати громадськість з ширшими історіями, цінностями, ідеями та міфами, що є, наскільки це можливо, правдивими та автентичними, і які надають цінності їхньому життю [6, 25-32].

Щоправда, говорячи про музей як соціокультурний інститут ми маємо пам'ятати, що музей залежить не лише від потенціалу нових програмних ініціатив (тобто від впровадження нових наративів у його інституційний текст), але й від його здатності розуміти, реалії своєї історичної природи, від можливості створення та дії в деідеалізованому аісторичному просторі [2, 340-341]. Фактично нехтування цими позиціями через те що окремі або й всі ідеали, до яких прагне музей в своїй діяльності, стали незручними чи застарілими, може призвести до знищення чи переформатування музею.

Підсумовуючи зазначимо, що музей як соціокультурний інститут в постіндустріальному суспільстві не лише відповідає та здійснює роботу з універсальними структурами музеєзнавчої мови та реалізацією простої музейної класифікації та топоніміки, але й реорганізовує та переконфігуровує минуле та колективну пам'ять суспільства, пропонує найвідповідніші ключі для розуміння сутності та специфічної еволюції цього суспільства в просторі та часі [4, 52].

Список використаних джерел

1. Берковський, В., Бурназова, В. Використання сучасних технологій в музейній педагогіці: теоретико-методологічні позиції // Соціальна робота та соціальна освіта / Уман. держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини. Умань: Уман. держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини: 2026. Вип. 1(16). С. 295–305.

2. Conforti, Michael. Museums Past and Museums Present. Some Thoughts on Institutional Survival. Museum Management and Curatorship. 1995. Vol. XIV, №4. P. 339-355.

3. Guilbaut, Serge. Museum ad nauseam? Museums in the post-modern labyrinth. *Perspective* [Online]. 2015, №2. P.1-14

4. Prus, E. The World as a Museum in the Post/Postmodern Society. *International Journal of Communication Research*. 2014. Vol. 4, № 1 (January/March). P.47-52

5. Pruulmann-Vengerfeldt, Pille; Runnel, Pille. When the museum becomes the message for participating audiences. Communication Management Quarterly: Časopis za upravljanje komuniciranjem. 2011. Vol. 21. P. 157–178.

6. Skramstad, Harold. The Mission of the Industrial Museum in the Postindustrial Age. The Public Historian, 2000. Vol. 22, № 3 (Summer, 2000), pp. 25-32.

УДК 7.05:008

СЕМІОТИЧНИЙ КОД ФЕШН-ІНДУСТРІЇ: ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ ЯК ОБ'ЄКТ МИСТЕЦТВА

Борисова В.І., здобувач освіти
Науковий керівник: Данник К.О., кандидат культурології, доцент, доцент кафедри сценічного мистетцва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: семіотика моди, візуальний образ, фешн-індустрія, об’єкт мистецтва, знакова система, конструювання ідентичності, художній код, візуальна комунікація, естетика костюма, цифрова мода, метамодернізм.

Сучасний соціокультурний простір характеризується домінуванням візуального компонента, у межах якого мода постає не лише як індустрія споживання, а як автономна художня система. Розгляд моди крізь призму мистецтвознавства дає змогу вийти за межі її утилітарного призначення та дослідити костюм як специфічну мову символів і культурних смислів. Методологічною основою такого підходу є семіотика моди, що дозволяє “прочитувати” складні художні коди, закладені дизайнерами у колекції: одяг функціонує як візуальний текст, а показ — як перформативна практика репрезентації [1]. Актуальність теми посилюється глибокою інтеграцією цифрових технологій у фешн-процеси та суспільним запитом на етичність і інклюзивність, що змінює семантику сучасного костюма та його комунікативні ролі [2].

Теоретичне осмислення моди як знакової системи бере початок у структуралістській традиції. Р. Барт розглядає моду як механізм, що поєднує “систему” (набір правил і кодів) та “мовлення” (конкретні практики носіння, демонстрації й опису), завдяки чому одяг стає каналом соціального означування [1]. У сучасних умовах ця бінарність ускладнюється: костюм дедалі частіше постає як самодостатній мистецький об’єкт, який не просто прикриває тіло, а бере участь у конструюванні ідентичності та формує режим видимості суб’єкта в публічному просторі [3]. У такій перспективі семіотичний трикутник “знак — значення — об’єкт” працює специфічно: матеріальна форма (сукня, аксесуар, силует, фактура) є означником, тоді як означуваним стають культурні наративи, ідеології, емоційні стани та колективні уявлення. Художня цінність моди виявляється у здатності створювати метафори, які

прочитуються аудиторією через коди культури, пам'яті та візуальних архетипів.

У 2020–2025 роках взаємодія високої моди (haute couture) з практиками contemporary art посилилася на рівні сценографії показів, скульптурності форм і музейно-виставкової логіки репрезентації: колекції дедалі частіше подаються як події на перетині дизайну, перформансу та інсталяції [2; 3]. Показовими є стратегії сучасних модних домів, зокрема Schiaparelli під керівництвом Даніела Роузберрі, де відбувається апеляція до сюрреалістичної образності: тілесність, міфологічні мотиви, цитати з історії мистецтва, а також акцент на об'єктності речі. У цьому контексті костюм виходить за межі гардеробної функції й перетворюється на скульптурну форму. Семіотика такого рішення спирається на деконструкцію звичних пропорцій і очікувань: гіперболізацію деталей, роботу з нетрадиційними матеріалами (метал, полімери, 3D-друк), гру з анатомією та силуетом. Ефект "візуального шоку" виступає не самоціллю, а прийомом актуалізації смислів, характерним для авангардних художніх практик. Відтак мода у своїх високих проявах орієнтується не стільки на комфорт, скільки на створення художньо переконливого висловлювання.

Окремого розгляду потребує трансформація візуальної мови моди в цифрову добу. Поширення digital fashion у 2021–2024 роках створило прецедент існування знаковості без фізичного субстрату: віртуальні образи функціонують як чисті семіотичні конструкції, що не залежать від гравітації, зносостійкості чи матеріальних обмежень. У цифровому середовищі художній код стає радикально вільним: "сукня" може бути зібрана з вогню, води, світлових частинок або піксельних структур, транслюючи ідею мінливості й гібридності сучасної культури [1]. Це формує нову естетику, де реальне змішується з гіперреальним, а мода стає ключовим інструментом самопрезентації у віртуальних просторах і метавсесвітах.

Семіотика моди тісно пов'язана й із соціальними змінами. Візуальна риторика 2020-х років активно кодує ідеї сталого розвитку, етичності та відповідального споживання. Перероблені матеріали, апсайклінг, видима "недосконалість" (грубі шви, нашарування, фактури руйнування) зчитуються як знаки критики масового виробництва й як маркери приналежності до певної культурної позиції. Так формується естетика "антиглянцю" та "деструктивізму", що транслює філософські смисли про крихкість світу й цінність індивідуального досвіду [3].

Головним медіатором між задумом дизайнера та аудиторією виступають фешн-фотографія і відеоарт. У 2023–2025 роках помітним є відхід від ідеалізованих глянцевих стандартів до синестетичних форматів, де зоровий ряд підкріплюється звуком, рухом і (в окремих випадках) інтерактивністю. Семіотика кадру в сучасній модній зйомці активно залучає інструменти кіномови та цитування класичного живопису, формуючи багатошарові наративи: глядач сприймає не лише річ, а й

історію, у якій колір, світлотінь і композиція працюють як повноцінні знаки [2; 3].

Аналіз подіумних практик останніх років також вказує на ренесанс етнічних кодів та їх переосмислення в контексті деколонізаційних дискусій у культурі. Орнаментика, крій і символіка традиційних культур дедалі частіше використовуються не як декоративний ресурс, а як акт повернення або переозначення культурної ідентичності. Такий "етно-модернізм" постає складним семіотичним перекладом локальних смислів на мову сучасного дизайну. Візуальний текст костюма в цьому випадку виконує роль мосту між минулим і майбутнім, демонструючи, що мода є одним із найоперативніших інструментів фіксації культурних змін [2].

Отже, фешн-індустрія сьогодні є повноправною частиною системи мистецтв, що оперує універсальною мовою візуальних знаків. Семіотичний аналіз показує: за естетичною поверхнею костюма завжди стоїть складна взаємодія кодів, які відображають дух часу (Zeitgeist). Мода 2020-х років демонструє, що образний конструкт може бути засобом інтелектуального діалогу, інструментом соціально-політичного висловлювання та простором для сміливих мистецьких експериментів. Розуміння цих кодів є необхідним для глибшого осягнення сучасної візуальної культури та її впливу на формування свідомості людини.

Список використаних джерел

1. Стилістика сучасного костюма: підручник / М. Р. Колосніченко та ін. Київ : КНУТД, 2022. 312 с.
2. Троян М. В. Фешн-індустрія як сфера сучасного мистецтва: семіотичний та культурологічний аспекти : монографія. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2021. 248 с.
3. The Routledge Companion to Fashion Studies / ed. by E. Edwards, K. K. P. Johnson. 2nd ed. London : Routledge, 2024. 586 p.

ORCID 0009-0007-7748-6351

ПРИНЦИПИ ФОРМОТВОРЕННЯ КОМПОЗИЦІЇ КІНОКАДРУ В ОПЕРАТОРСЬКОМУ МИСТЕЦТВІ

Живодров М.С., аспірант
Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України
Науковий керівник – Новікова Л.Є., доцент, кандидат мистецтвознавства

Ключові слова: композиція, кінокадр, операторське мистецтво, аудіовізуальне мистецтво, кінематограф, українська культура.

Принципи формотворення композиції кінокадру являють собою сукупність базових закономірностей, за якими організовується та вибудовується цілісна художня структура твору. Як зазначає Рудольф Арнхейм, композиція визначається не простим механічним розташуванням елементів, а їх динамічною взаємодією у полі сприйняття, що забезпечує візуальну рівновагу та структурну цілісність [3, С. 13–15]. У семіотичному підході композиція постає як система відношень, що формує смисл через організацію її елементів. Зокрема, Юрій Лотман підкреслює, що художній текст функціонує як впорядкована структура, де значення виникає з кореляції частин у межах цілого [2, с. 23]. В операторському мистецтві ці принципи реалізуються через організацію кадру як цілісної зображальної системи, де встановлюється співвідношення предметних форм, тональних і кольорових мас, їх взаємодія з межами зображення, а також визначається композиційна роль лінії горизонту та візуальних осей. При цьому, як зазначає Девід Бордвелл, композиція кадру функціонує як механізм спрямування уваги глядача та конструювання значення через розташування візуальних елементів [4, с. 114].

У теорії візуальної організації простору виокремлюють п’ять базових принципів формотворення — симетрію, ритм, пропорцію, домінанту та цілісність. У цьому контексті Володимир Горпенко підкреслює, що людина, будучи частиною природи, у своїй творчій діяльності відтворює закономірності організації форми, які особливо виразно проявляються у мистецтві [1, с. 67]. Симетрія виступає принципом формотворення, що ґрунтується на дзеркальній відповідності елементів, коли одна частина композиції є тотожною або подібною до іншої. Вона відображає тяжіння до повторюваності та візуальної рівноваги, яка у реальних зображеннях майже ніколи не є абсолютною, а проявляється як відчутна подібність лівої та правої або верхньої та нижньої частин. Симетричні композиції зазвичай мають виражений центр, що часто збігається з геометричним центром кадру, і відзначаються врівноваженістю елементів за масами, тоном, кольором і формою відносно умовної осі — вертикальної, горизонтальної або діагональної. Водночас незначне зміщення точки об’єкта, асиметрія чи діагональна побудова порушують ідеальну рівновагу, надаючи композиції динамічності [1, с. 70]. У сучасному українському кінематографі принцип симетрії яскраво реалізується у творчості Валентина Васяновича (фільми «Рівень чорного», «Атлантида»), де фронтальні статичні плани та центральна домінанта формують осьову композицію, залучаючи глядача до споглядального режиму сприйняття.

Ритм — це закономірне повторення та варіювання візуальних елементів (форм, ліній, кольорів, тональних мас, інтервалів), що організовує композицію і спрямовує сприйняття. Він може бути рівномірним або ускладненим, підкреслюючи статичність або динаміку

зображення. У зображальних мистецтвах ритм формується через просторове чергування елементів, де часову послідовність замінює протяжність у просторі, тоді як у кіно поєднуються просторовий і часовий виміри ритмотворення. Ритм спрямовує погляд глядача, створюючи відчуття руху або його ілюзії. Важливо розрізняти метр і ритм: метр передбачає рівномірне повторення однакових елементів, тоді як ритм базується на їх варіативній зміні (наростанні, згущенні, контрастах), що надає композиції динамічності [1, с. 70]. Саме тому ритм тісно пов'язаний із психологією сприйняття: його порушення викликають відчуття напруження чи дискомфорту. У операторському мистецтві ритм також модулюється оптикою: ширококутні об'єктиви підсилюють перспективну періодичність і глибину ритмічного ряду, тоді як телеоб'єктиви стискають простір, ущільнюючи ритмічні структури та змінюючи характер їх сприйняття.

Пропорція — це принцип формотворення, що визначає кількісні співвідношення між частинами композиції та цілим. Вона забезпечує узгодженість елементів, формуючи відчуття гармонії, впорядкованості та візуальної доцільності. У зображальних мистецтвах пропорція проявляється у співвідношенні розмірів об'єктів, масштабів, просторових планів і візуальних мас. Вона може бути як об'єктивно зумовленою (реалістичні пропорції), так і свідомо трансформованою задля досягнення виразності чи смислового акценту. У кінематографі пропорція безпосередньо пов'язана з кадруванням і вибором оптики: вона визначає співвідношення між фігурою і фоном, переднім і заднім планами, а також впливає на глибину простору [1, с. 69]. Зміна пропорцій (наприклад, через ширококутну або телеоптику) може спотворювати або, навпаки, гармонізувати просторові відношення, формуючи емоційне сприйняття кадру. Таким чином, пропорція виступає не лише засобом структурної організації, а й інструментом смислотворення, що дозволяє оператору керувати візуальною ієрархією та акцентами в кадрі.

Домінанта — це принцип формотворення, що визначає головний елемент композиції, навколо якого організовуються всі інші складові. Вона виступає візуальним і смисловим центром твору, спрямовуючи увагу глядача і структуруючи сприйняття. Домінанта може формуватися через масштаб (найбільший або центральний об'єкт), положення в кадрі, світлотіньовий чи кольоровий контраст, різкість або ізоляцію елемента в просторі. У кінематографі домінанта є ключовим інструментом наративного та композиційного формоутворення. Вона підпорядковує інші елементи кадру єдиній структурній і смисловій логіці, визначає ієрархію візуальної інформації і створює спрямованість глядацького сприйняття [1, с. 73]. Завдяки домінанті кадр набуває цілісності, а кожний його елемент отримує конкретну функцію в контексті композиційної ідеї.

Цілісність — це принцип формотворення, який забезпечує сприйняття композиції як єдиного організованого цілого. Вона полягає у

гармонійному поєднанні всіх елементів твору, коли кожен складовий компонент підпорядкований загальній структурі та смисловій ідеї. Цілісність визначає взаємодію частин композиції, створюючи відчуття завершеності та впорядкованості, а також забезпечує узгодженість просторових, тональних, кольорових та смислових аспектів кадру. У кінематографі цілісність проявляється через взаємозв'язок просторових і смислових елементів кадру, узгодження масштабу, ритму, пропорцій і домінанти. Вона забезпечує логіку побудови кадру та сцени, допомагає глядачеві зрозуміти послідовність подій і взаємозв'язок об'єктів у просторі. Завдяки цілісності кожен елемент композиції отримує конкретну функцію, а загальна структура кадру сприймається як організоване ціле, де всі складові взаємо підпорядковані [1, с. 72]. Цілісність також тісно пов'язана з наративною функцією кадру: вона формує єдину смислову лінію, підтримує акцент на домінанті та забезпечує взаємодію переднього, середнього та заднього планів, ритмічних повторів та просторових пропорцій. Крім того, цілісність впливає на емоційне сприйняття глядача, оскільки гармонійно організований кадр створює відчуття стабільності, завершеності і впорядкованості, тоді як порушення цілісності може підкреслювати напруженість, хаос або драматичність сцени.

Таким чином, принципи формотворення композиції кінокадру – симетрія, ритм, пропорція, домінанта та цілісність – виступають базовими закономірностями організації художньої структури зображення. Вони визначають взаємодію елементів у межах кадру, створюють візуальну і смислову ієрархію, спрямовують увагу глядача та забезпечують гармонію, цілісність і динаміку композиції. Застосування цих принципів у операторському мистецтві дозволяє досягати чіткого структурування простору, посилювати емоційне і наративне сприйняття, а також підкреслювати ключові смислові акценти твору. У сукупності вони формують цілісний художній простір кадру, який одночасно виконує естетичну, композиційну та наративну функції, відображаючи універсальні закономірності організації форми, притаманні як природі, так і мистецтву.

Список використаних джерел

1. Горпенко В.Г. Композиція в зображальних мистецтвах: Монографія. — К.: ДАКККіМ, 2004. — 123 с.

2. Константінов М. Кіносеміотика Юрія Лотмана // ІМФЕ ім. М.Т. Рильського, НАН України, Київ / М. Константінов. — м. Горішні Плавні: ПП Олексієнко В.В., 2019. — 328 с.

3. Arnheim, R. Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye. — Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 1974. — 508 p.

4. Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, D. Film Art: An Introduction. — New York: McGraw-Hill Education, 2019. — 544 p.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИВЕРНЕННЯ УВАГИ ДО ВИСТАВОК У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

Каріна М.М., здобувач вищої освіти
Данник К. О., кандидат культурології, доцент, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: візуальна культура, цифрова трансформація, соціальні мережі, музейна комунікація, TikTok-маркетинг, емерсивність, кліпове мислення, культурний капітал.

У сучасному цифровому суспільстві соціальні мережі відіграють ключову роль у трансформації культурної комунікації. Вони не лише забезпечують доступ до інформації, але й формують нові способи сприйняття культурних явищ, зокрема виставкових проєктів. Соціальні платформи стають важливим посередником між культурною інституцією та аудиторією, змінюючи традиційні моделі взаємодії [1].

Соціальні мережі є важливим елементом сучасної культурної інфраструктури. Вони забезпечують швидкий обмін інформацією та створюють нові можливості для культурної взаємодії. Як зазначає М. Поплавський, соціальні мережі виступають потужним культурно-просвітницьким ресурсом, який впливає на формування світогляду та культурних практик користувачів [3].

Соціальні платформи, такі як Instagram та TikTok, дозволяють культурним інституціям оперативно комунікувати з аудиторією та формувати власний інформаційний простір. Вони забезпечують не лише трансляцію інформації, але й створюють умови для зворотного зв’язку, що є важливим елементом сучасної комунікації [4].

Соціальні мережі також виконують функцію культурної адаптації та соціалізації, сприяючи інтеграції користувачів у культурний контекст [2].

Однією з ключових характеристик соціальних мереж є домінування візуального контенту. Візуальна культура стає основним способом передачі інформації та емоцій. За словами дослідників, соціальні мережі формують нові форми візуальної самоідентифікації та комунікації [5].

Для виставкової діяльності це означає необхідність адаптації контенту під візуальні формати. Короткі відео, фото та сторіс дозволяють передати атмосферу виставки та зацікавити потенційного відвідувача.

Візуальний контент виконує функцію «першого контакту» з аудиторією. Саме він формує перше враження про виставку та впливає на

рішення щодо її відвідування. Таким чином, соціальні мережі стають важливим інструментом маркетингу у культурній сфері.

Соціальні мережі активно використовуються як платформа для популяризації мистецтва. Вони дозволяють художникам і культурним інституціям презентувати свої проєкти широкій аудиторії. Як зазначається у наукових дослідженнях, соціальні мережі стають інструментом художньої практики та комунікації [1].

Вони також сприяють глобалізації культурних процесів, забезпечуючи поширення культурних продуктів за межі локального середовища [6].

У контексті виставок це означає можливість:

• залучення нової аудиторії;

• підвищення впізнаваності проєктів;

• формування інтересу до культурних подій.

Важливою особливістю соціальних мереж є їх алгоритмічна природа. Контент поширюється відповідно до рівня взаємодії користувачів, що впливає на його видимість.

Алгоритми стимулюють створення контенту, який викликає емоційну реакцію та залучення аудиторії. Це змушує культурні інституції адаптувати свої комунікаційні стратегії до вимог платформ.

Водночас така залежність може призводити до спрощення культурного контенту та втрати його глибини.

Соціальні мережі не лише інформують про виставки, але й формують їх сприйняття. Попередній перегляд контенту створює очікування, які впливають на подальший досвід відвідування.

Як зазначають дослідники, соціальні платформи здатні трансформувати культурні наративи та впливати на інтерпретацію історичних і культурних подій [7].

Користувач стає активним учасником культурного процесу: він не лише споживає контент, але й створює його, поширює та коментує.

В умовах сучасної України соціальні мережі відіграють особливо важливу роль. Вони стають не лише інструментом комунікації, але й простором культурного спротиву та збереження ідентичності [8].

Соціальні медіа дозволяють підтримувати культурну активність навіть в умовах обмеженого доступу до фізичних культурних просторів.

Попри численні переваги, соціальні мережі мають і негативні аспекти:

• поверхневість сприйняття мистецтва;

• перенасичення інформаційного простору;

• залежність від алгоритмів;

• зниження рівня критичного мислення.

Ці фактори потребують критичного осмислення та розробки ефективних стратегій комунікації.

Таким чином, соціальні мережі є важливим інструментом популяризації виставок у сучасному культурному просторі. Вони забезпечують нові можливості для комунікації, розширюють аудиторію та формують нові моделі сприйняття мистецтва. Водночас ефективне використання соціальних мереж потребує балансу між доступністю контенту та збереженням його змістовної глибини.

Список використаних джерел

1. Гончар К. В. Соціальні мережі як інструмент сучасного мистецтва // Художня культура. Актуальні проблеми : науковий журнал. – Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2019. – Вип. 15, ч. 2. – С. 120–126.
2. Гаврилюк О. В. Соціальні мережі як чинник культурної адаптації і соціалізації особистості // Освітній альманах : науковий журнал. – Київ : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2021. – Вип. 29. – С. 45–52.
3. Поплавський М. М. Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс сучасного суспільства // Український інформаційний простір : науковий журнал. – Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2020. – № 2. – С. 98–104.
4. Ковальова О. О. Соціальні мережі як середовище розвитку читацької культури молоді // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Соціальні комунікації. – Київ, 2020. – № 3. – С. 67–73.
5. Соломатова В. В. Візуальна культура в соціальних мережах: трансформації комунікативних практик // Культура і сучасність : науковий журнал. – Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2018. – № 2. – С. 134–139.
6. Руських С. В. Роль технологій та соціальних мереж у поширенні культури в умовах цифровізації суспільства // Освітній альманах : науковий журнал. – Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2022. – Вип. 34. – С. 88–95.
7. Шарпило М. О. Культурна пам’ять у соціальних мережах Instagram і TikTok: особливості репрезентації // Освітній альманах : науковий журнал. – Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2023. – Вип. 36. – С. 102–110.
8. Соклаков М. В. Соціальні медіа як дискурсивне середовище сучасної культури // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціальні комунікації. – Київ, 2024. – № 1. – С. 55–61.

ВІЗУАЛЬНІ СИМВОЛИ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ:

ВІД САКРАЛЬНИХ ОБРАЗІВ ДО МАС-МЕДІЙНИХ ІКОН

Кравченко Ж.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник - Берковський В, кандидат історичних наук
Київський національний університет технологій та дизайну

Візуальні символи відіграють важливу роль у сучасній культурі, тому що саме вони передають значну частину повідомлень, змісту та цінностей. Щодня люди зустрічаються з безперервним потоком знаків, який змінює їхнє сприйняття довкілля, створює картину реальності й навіть сприяє появі певних поведінкових моделей. Щоразу коли хтось дивиться на будь-який символ, він насправді читає приховане повідомлення.

Нині кожен день нас оточують візуальні знаки. Замість слів у повідомленнях тепер смайлики. На коробках, плакатах, сторінках - скрізь символи, що говорять без голосу. Часто саме вони несуть головне повідомлення. Ми сприймаємо емоційний стан завдяки цим образам, зберігаємо в пам'яті певні події та приймаємо рішення. Уявлення про себе формується під впливом того, що опиняється у полі зору. З цієї причини осмислення змісту візуальних символів виходить за межі академічного завдання й перетворюється на необхідність для кожної особи, яка хоче зберігати роль активного учасника сприйняття, а не ставати бездіяльним елементом зорового впливу.

З одного боку - стародавні форми мовлення, міфи, мистецтво, з іншого - цифрові технології та дані. Мова й народні знаки тримають найцілісну картину реальності, бо створені разом, протягом поколінь. У сучасних символах часто проглядаються ті самі шари минулого, хоч це й не завжди помітно. Архаїчні моделі не вимерли; вони просто змінили форму. Брендовий дизайн, оформлення мемів, палітри оголошень, обличчя аватарів - у всьому цьому впізнаються древні відбитки. Навіть наші улюблені емодзі вказують на те, що повторюється. Виявляється, сьогоднішні способи бачити значення не вигадані заново, а переказані інакше.

Необхідність пізнання символіки образів фольклору детерміноване передусім гуманістичними устремліннями, спрямованими на збереження людини, нації, людства загалом [1, с.24]. Тільки тому, хто знає походження знаків, вдається уникнути масової схожості уподобань. Хоча великі мережі показують, що тепер модно, люди з розумінням традицій впізнають штучне. Вони бачать: своє - це не лише старе, а й живе почуття спадщини серед цифрового шуму. Навіть коли новинки з'являються кожну хвилину, такий погляд допомагає триматися землі.

Символ - форма виразу і передачі духовного змісту культури через певні матеріальні предмети чи спеціально створювані образи та дії, що виступають як знаки цього змісту [3, с.578]. Великого значення надавали

символам наші далекі предки - слов'яни. Для них символ представляв собою певну сукупність сакральних смислів, багато тисячолітніх праць стародавніх геніїв, що формували той чи інший знак [2, с.107]. Цей погляд на символ як на конденсоване знання, інструмент впливу, здатний захищати, притягувати благо чи відганяти зло, досі не втратив сили. І нині люди продовжують шукати в знаках опору та зміст - хоча тепер цим образом може бути не вишита оберегова сорочка, а спеціально добрана аватарка, «енергетичний» фільтр чи мем, що відгукується глибоким резонансом із внутрішнім станом. Прагнення до сакрального, приховане в підсвідомості, не зникає - воно просто трансформується, знаходячи нові форми в цифровому середовищі.

Висловлювання зазвичай розглядаються як випромінювання звуків, але можна розширити це поняття і вважати «висловлюванням» будь-яке створення знаків. Таким чином, я «висловлююся», коли малюю зображення, коли роблю цілеспрямований жест або коли створюю об'єкт, який, окрім своєї технічної функції, має на меті щось повідомити [4, с.151]. Ось чому символи тепер важливіші за текст: сприймаються швидше, викликають почуття, зрозумілі всім, працюють краще. Картинка, рух тіла, знак - і ніяких слів уже не треба. Так само думають великі компанії, художники, будь-хто біля телефону. Саме так ми тепер спілкуємося.

Еволюція візуальних символів - від священних образів до ікон масової культури - вказує не на розрив, а на постійну трансформацію культурних механізмів. Стародавні значення переосмислюються, пристосовуються до нових форм, часом стають об'єктом іронії, проте далі функціонують як потужні коди колективної свідомості.

Сьогодні сучасні візуальні символи формують складну систему, де давні священні джерела поєднуються з динамічними процесами медіа-простору. Дослідження цих символів дозволяє не лише зафіксувати, як змінюються механізми передачі значення, а й встановити, як зберігається людське, національне та універсальне в режимі безперервних трансформацій.

Аналіз розвитку візуальних символів свідчить не про розрив із традицією, а радше про її поступову трансформацію. Сучасні формати цифрових технологій - емодзі, меми, брендові логотипи - можна розглядати як оновлені інтерпретації давніх архетипів, які донині виконують функцію потужних кодів колективної свідомості.

За умов домінування візуального контенту зображення все частіше витісняють текст, оскільки сприймаються швидше й викликають безпосередню емоційну відповідь. Розуміння природи таких символів має важливе значення для збереження національної та особистої ідентичності, адже дає змогу людям залишатися активними учасниками культурного процесу, а не пасивними одержувачами медіа впливу.

Список використаних джерел

1. Дмитренко М. Символ. Символіка. Фольклор // Україна в етнокультурному вимірі століть / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – Київ, 2015. – Вип. 5. – С. 24.
2. Куліш Ю. О. Поняття символу: символи в українській культурі // Науковий вісник. Серія «Філософія». – Харків : ХНПУ, 2015. – Вип. 45 (частина ІІ). – С. 107.
3. Філософський енциклопедичний словник / за ред. В. І. Шинкарука. – Київ : Абрис, 2002. – С. 578.
4. Eco U. A Theory of Semiotics. – Bloomington ; London : Indiana University Press, 1976. – С. 151.

УДК 069.01:316.7

МУЗЕЙНА АУДИТОРІЯ ЯК ОБ'ЄКТ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ

Кулик М.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Берковський В.Г. кандидат історичних наук, doktor nauk humanistycznych, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: музей, музейна аудиторія, культурні смисли, практики взаємодії.

У сучасному соціокультурному просторі музей виступає не лише інституцією збереження та репрезентації культурної спадщини, але й дуже важливим комунікативним середовищем, у якому відбувається взаємодія між культурними смислами, історичною пам'яттю та суспільством. Музей – це соціокультурний інститут, заклад, створений суспільством і для суспільства, для того, щоб зрозуміти своє минуле, познайомитися з еволюцією людства та його досягненнями [1, 47].

Трансформація ролі музею в умовах глобалізації, розвитку інформаційних технологій і зміни культурних практик робить актуальною проблему дослідження музейної аудиторії як активного суб'єкта культурного процесу. Сучасні музеї – це вже великий світ, і не завжди вони відображають історію лише якогось певного краю чи регіону. У сучасному музеєзнавчому та культурологічному дискурсі все більше і більше приділяється уваги питанням взаємодії між музеєм та відвідувачем, що розглядається як складний процес культурної комунікації та інтерпретації культурних значень [2, 5-7].

Традиційно історіографією музей розглядається передусім як інституція, основною функцією якої є зберігання культурних артефактів та їх наукова інтерпретація. Однак впродовж останніх десятиліть відбулася

суттєва трансформація музейної діяльності, що пов'язано зі зміною соціокультурної ролі музеїв у суспільстві. Сучасний музей дедалі частіше функціонує як відкритий культурний простір, орієнтований на потреби різних груп відвідувачів та спрямований на формування активної взаємодії між культурною спадщиною та суспільством [3, 224-227]. У цьому контексті музейна аудиторія постає не лише як сукупність відвідувачів, але як вагомий соціокультурний феномен, що визначає характер музейної комунікації.

Музейна аудиторія характеризується значною соціальною та культурною різноманітністю. Вона формується під впливом великої кількості чинників, серед яких важливе місце займають рівень освіти, культурні інтереси, соціальний статус, вік та індивідуальні мотивації відвідування музеїв. Саме тому культурологічний аналіз музейної аудиторії передбачає вивчення її структури, виявлення типологічних особливостей різних груп відвідувачів та визначення моделей їхньої поведінки у музейному середовищі [4, 415-416]. Такий підхід дозволяє розглядати музей як простір соціокультурної взаємодії, у якому формуються різні практики культурного досвіду.

Зазвичай проблема взаємодії з музейною аудиторією розглядається у межах міждисциплінарного підходу, що не лише поєднує культурологічні, соціологічні та музеєзнавчі методи аналізу, але й концентрує увагу навколо процесів інтерпретації культурних смислів, що відбуваються у взаємодії між музеєм та відвідувачем. У цьому контексті відвідувач виступає не пасивним реципієнтом інформації, а активною стороною культурного діалогу, який інтерпретує музейні експонати відповідно до свого досвіду, культурних установок та соціального контексту [5, 607-609]. Такий підхід дає можливість розглядати музейну комунікацію як процес співтворення культурних значень між інституцією та її аудиторією.

Актуальним аспектом культурологічного аналізу музейної аудиторії є визначення її соціокультурних типів. Типологізація музейних відвідувачів дає змогу систематизувати різні моделі сприйняття музейного простору та виявити основні мотивації відвідування музеїв. Дослідники звертають увагу, що відвідувачі можуть сприймати музей як освітній простір, орієнтований на здобуття нових знань, як елемент культурного туризму або як форму культурного дозвілля. В той самий час для певних категорій аудиторії музей може виступати джерелом професійної інформації або простором наукового дослідження [6, 560]. Така різноманітність функцій музею зумовлює необхідність адаптації музейних програм до потреб різних груп відвідувачів.

У сучасному культурному середовищі особливого значення набувають практики взаємодії між музеями та аудиторією. Традиційні форми музейної діяльності, зокрема класичні екскурсії та експозиційні покази, доповнюються новими форматами культурної комунікації, які спрямовані на активне залучення відвідувачів до музейного простору.

Сучасні музеї активно використовують інтерактивні експозиції, освітні програми, культурно-мистецькі події та цифрові технології, що значно розширює можливості взаємодії з аудиторією [7, 480]. Завдяки цьому музей поступово перетворюється на відкриту платформу культурної комунікації, де відвідувач може брати участь у формуванні власного культурного досвіду.

Отже, дослідження музейної аудиторії як об'єкта культурологічного аналізу дозволяє глибше осмислити сучасні трансформації музейної діяльності та визначити основні тенденції розвитку музейної комунікації. Аналіз соціокультурних типів музейної аудиторії та практик її взаємодії з музейним середовищем сприяє формуванню більш ефективних стратегій роботи музеїв із різними групами відвідувачів. У ширшому культурологічному контексті подібні дослідження відкривають нові можливості для розуміння ролі музеїв у процесах формування культурної ідентичності, розвитку культурної участі та збереження історичної пам'яті у сучасному суспільстві.

Список використаних джерел

1. Салата О.О. Основи музеєзнавства. Навчально-методичний посібник. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2015. 164 с.

2. Hooper-Greenhill E. Museums and the Interpretation of Visual Culture. London: Routledge, 2000. 216 p.

3. Falk J. H., Dierking L. D. The Museum Experience Revisited. London: Routledge, 2013. 416 p.

4. Macdonald S. A Companion to Museum Studies. Malden: Blackwell Publishing, 2006. 609 p.

5. Kotler N., Kotler P., Kotler W. Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources. San Francisco: Jossey-Bass, 2008. 560 p.

6. Lord B., Lord G. D. The Manual of Museum Management. Lanham: Rowman & Littlefield, 2009. 448 p.

УДК 930.2:7.038.53(477-25)

АРХІВИ КИЄВА ЯК ДЖЕРЕЛО РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ТРАВМИ В СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ ТА ЛІТЕРАТУРІ

Лебединська Є.І., здобувач вищої освіти.
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: культурна травма, архівна пам'ять, сучасне українське мистецтво, література, Київ, культурна пам'ять, ідентичність.

В умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну питання збереження, осмислення та репрезентації культурної травми набуває особливої гостроти. Державний архів міста Києва (далі – ДАМК) є одним із ключових сховищ документальної пам'яті столиці, що фіксує досвід колективних потрясінь – від довоєнних адміністративних і господарських трагедій до культурного спустошення радянської доби та сучасного воєнного часу. Попри значний масив документів, що зберігаються у ДАМК, питання про те, яким чином цей архівний матеріал трансформується в художні наративи сучасного мистецтва та літератури і як слугує репрезентації культурної травми, залишається недостатньо дослідженим у вітчизняній культурологічній науці.

Мета дослідження – виявити роль Державного архіву міста Києва як джерела репрезентації культурної травми в сучасному українському мистецтві та літературі, а також визначити основні художні стратегії осмислення архівного матеріалу.

Завдання дослідження:

1. Визначити теоретичні підходи до понять «культурна травма» та «архівна пам'ять» у контексті культурологічних та мистецтвознавчих студій.

2. Охарактеризувати фондовий склад Державного архіву міста Києва крізь призму документів, що відображають травматичний досвід міської спільноти.

3. Дослідити приклади звернення сучасних українських митців і письменників до архівних матеріалів ДАМК у процесі творення художніх образів культурної травми.

4. Охарактеризувати художні стратегії репрезентації травматичного досвіду в сучасному мистецтві та літературі, що спираються на документальну базу ДАМК.

Поняття «культурна травма» введено в науковий обіг Джеффрі Александером, який розглядає її як колективне переживання події, що руйнує ідентичність спільноти та вимагає осмислення через культурні практики [1]. В українському контексті культурна травма має багаторівневий характер: це і фізичне знищення культурних діячів у добу репресій, і планомірне витіснення національної ідентичності, і сучасний воєнний досвід. Архіви постають ключовими інституціями, що фіксують і зберігають свідчення цих трагедій.

Державний архів міста Києва зберігає документи органів міського самоврядування, установ, підприємств і організацій, метричні книги, актові записи цивільного стану, а також фонди особового походження, що охоплюють кілька століть міської історії. Під час проходження навчальної практики в ДАМК авторка мала змогу безпосередньо ознайомитися зі структурою архівних фондів і переконатися, що документи повсякденного

міського буття – домові книги, трудові справи, листування – часто несуть у собі приховані сліди травматичних подій: переселень, репресій, воєнних руйнувань. Ці матеріали є не лише історичним джерелом, а й «простором пам'яті» у розумінні П. Нора [3], де минуле продовжує промовляти до сучасності.

Сучасне українське мистецтво активно звертається до архівного матеріалу як до інструменту осмислення травми. Письменниця Оксана Забужко в романі «Музей покинутих секретів» моделює механізми відновлення архівної пам'яті крізь призму родинних і національних травм, де документ стає ключем до розшифрування витісненого досвіду [5]. Художні проєкти, що використовують архівні фотографії, метрики та адміністративні папери як матеріал для інсталяцій і перформансів, демонструють, як буденний документ набуває художнього і меморіального виміру. Таким чином, архів перестає бути лише місцем зберігання – він стає творчою лабораторією, де народжуються нові культурні смисли.

Дослідники відзначають, що робота з архівом у сучасному мистецтві має як реконструктивний, так і трансформативний характер. Митець не просто відтворює минуле, а переосмислює його, створюючи нові культурні значення. Це відповідає ідеям Пола Рікера про наративну ідентичність, де пам'ять та оповідь конституюють суб'єктність спільноти [5]. У контексті креативних індустрій архівна травма стає ресурсом для культурного виробництва, що поєднує естетичну, терапевтичну та соціальну функції. Харизматична здатність митця транслювати складний травматичний досвід через художній образ перегукується з феноменом педагогічної присутності, дослідженим В. В. Бурназовою. В обох випадках йдеться про перетворення болю на сенс [2].

Отже, Державний архів міста Києва є потужним джерелом для репрезентації культурної травми в сучасному мистецтві та літературі. Безпосередній досвід роботи з фондами ДАМК під час практики підтвердив, що документальна тканина архіву насичена слідами травматичного минулого, які чекають на художнє переосмислення. Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом конкретних мистецьких проєктів, що спираються на матеріали ДАМК, та з вивченням їхньої ролі у формуванні культурної ідентичності в умовах війни.

Список використаних джерел

1. Бурназова В. В. Феномен харизми викладача у процесі становлення духовно-культурної ідентичності студентів. Естетика і етика педагогічної дії. 2025. Вип. 32. С. 60–71. https://doi.org/10.33989/2226-4051.2025.32.347815

2. Забужко О. Музей покинутих секретів : роман. Київ : Факт, 2009. 832 с.

3. Масненко В. В. Історична пам'ять як основа формування національної свідомості. Український історичний журнал. 2002. № 5. С. 49-62.
4. Нагірняк М. Я. Архівна спадщина як складова культурної пам'яті: теоретичний аспект. Архіви України. 2013. № 3. С. 23-34.
5. Alexander J. C. Toward a Theory of Cultural Trauma // Cultural Trauma and Collective Identity / J. C. Alexander, R. Eyerman, B. Giesen et al. Berkeley : University of California Press, 2004. P. 1-30.

УДК 069:78.036.9

ЗВУК ЯК ІНСТРУМЕНТ МУЗЕЙНОГО ДОСВІДУ: ЕЛЕКТРОННА ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА МУЗИКА В СУЧАСНИХ МУЗЕЯХ

Лепшєєв В.Б., здобувач вищої освіти
Данник К.О., кандидат культурології, доцент, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: звук у музеї, електронна музика, звукова інсталяція, афективний досвід, залученість відвідувача.

Сучасні музеї переживають суттєву трансформацію, дедалі активніше залучаючи інтермедіальні практики для побудови більш глибокого та емоційно насиченого досвіду відвідувача. Серед таких практик особливого значення набуває звук. Не лише як допоміжний елемент експозиції, а й як самостійний засіб конструювання простору та формування афективних станів. Водночас потенціал електронної та експериментальної музики у музейному контексті залишається недостатньо дослідженим, попри те, що саме ці жанри через інтенсивність сенсорного впливу здатні створювати унікальні середовища сприйняття. Актуальність цієї теми обумовлена як зростанням інтересу музейних інституцій до іммерсивних форматів, так і потребою в теоретичному обґрунтуванні ролі звуку у формуванні відвідувацького досвіду.

Вплив звукового середовища на емоційне залучення відвідувачів музеїв переконливо демонструє емпіричне дослідження Аль-Таї, Вільямса, Дейлі та ін. (2022), проведене на вибірці з 97 учасників. Автори встановили, що спеціально синтезовані саундскейпи, створені методом «афективного дизайну звукового ландшафту», значно підвищують рівень залученості порівняно з тишею [1, с. 7, 11]. Особливо показовим є виявлений зв'язок між позитивним емоційним станом учасників та їхнім бажанням отримати додаткову інформацію про експонати: «щасливіші учасники з більшою ймовірністю запитували навчальну інформацію» [1, с. 14]. Це свідчить про те, що афективний саундскейп виступає

каталізатором не лише емоційного, а й когнітивного залучення, стимулюючи більш глибоку взаємодію з музейним матеріалом.

Теоретичну основу для розуміння специфіки впливу електронної та експериментальної музики на слухача надає праця Рікардо Ванке «Sound in the Ecstatic-Materialist Perspective on Experimental Music», який розробив «екстатично-матеріалістичну перспективу» аналізу звуку. Автор визначає звук як «матеріальну субстанцію», що впливає на слухача через текстуру, щільність та тиск. Поняття «матеріалістичного» стосується фізичних якостей звуку, його тілесного впливу, тоді як «екстатичне» вказує на стани нестабільності у сприйнятті, які породжуються такими жанрами, як ґлітч, дабстеп та мінімал-техно [4, с. 1]. Ванке підкреслює, що досвід слухання електронної музики є принципово тілесним, а крос-жанровий підхід до аналізу дозволяє виявити спільні перцептивні механізми впливу різних форм експериментального звуку [4, с. 2–3]. Такий підхід є надзвичайно релевантним для музейного контексту, оскільки він переносить акцент з інтелектуального сприйняття на безпосередній афективний та тілесний досвід, що відкриває нові напрями у проєктуванні музейних інсталяцій.

Не менш важливим є питання соціального виміру звукового досвіду в музеї. Альсина Кортез досліджує звук як конструктор соціального простору в музейних експозиціях, спираючись на теорію соціального простору А. Лефевра та С. Лоу [2, с. 318]. Авторка вводить поняття «соціальних сценографій», розуміючи їх як практики, що конструюють простір через взаємодію матеріальних, сенсорних та соціальних елементів [2, с. 321]. На прикладі інтерактивної звукової інсталяції "The Disharmony of Spheres" художниць Луїз Фу та Марти Ску (Nikolaj Kunsthal, Копенгаген, 2021), де відвідувачі активують звук керамічних сфер рухами рук, Кортез демонструє, як звук перетворює відвідувача з пасивного спостерігача на активного учасника — «відвідувача-актора». Дослідниця наголошує на «афективному підході до конструювання простору» [2, с. 322–324], у якому звук створює не просто акустичне тло, а мультимодальне середовище, що формує соціальні зв'язки та колективний досвід.

Системний підхід до аналізу звукових інсталяцій з перспективи відвідувача пропонують Фрес, Джанніні, Густавіно та Бутар, які розробили концептуальну рамку, що охоплює чотири ключові аспекти: звукові джерела, звуковий дизайн, формати взаємодії та візуальні елементи [3, с. 227–229]. Особливу увагу дослідники приділяють розташуванню звуку як центральному елементу, що формує відносини відвідувача з інсталяцією. Автори підкреслюють значення інтерактивності та зворотного зв'язку, а також специфічності місця, що зумовлює унікальність кожного звукового досвіду [3, с. 230–231]. Ця концептуальна рамка дозволяє проєктувати звукові інсталяції з орієнтацією на досвід відвідувача, а не на технічні характеристики звуку.

Аналіз джерел засвідчує, що звук у музейному просторі трансформує досвід відвідувача на кількох взаємопов'язаних рівнях. На емоційному рівні спеціально створені звукові ландшафти підвищують залученість та стимулюють пізнавальний інтерес [1, с. 7]. На тілесному рівні електронна та експериментальна музика, завдяки фізичній насиченості звуку та його здатності дестабілізувати сприйняття, створює умови для безпосереднього соматичного переживання [4, с. 1]. На соціальному рівні просторовий звуковий дизайн, як показує випадок 32-канальної інсталяції, перетворює музейний простір зі сховища експонатів на динамічне середовище, де відвідувач стає активним співтворцем досвіду [2, с. 323]. Проєктування таких середовищ потребує системного підходу, що враховує способи відвідування, розташування звуку та інтерактивність [3, с. 227].

Таким чином, інтеграція електронної та експериментальної музики в музейну практику спирається на емпіричні дані про вплив звукового середовища на залученість відвідувачів, на розуміння тілесної природи сприйняття звуку, на його роль у формуванні соціального простору та на підхід, що ставить досвід відвідувача в центр проєктування звукових інсталяцій. Подальші дослідження можуть зосередитися на практичних методах впровадження електронного звуку в музейні експозиції та перевірці їх ефективності.

Список використаних джерел

1. Al-Taie I., Di Giuseppantonio Di Franco P., Tymkiw M., Williams D., Daly I. Sonic enhancement of virtual exhibits. Plos One. 2022. Vol. 17, No. 8. P. 1–17. DOI: 10.1371/journal.pone.0269370.

2. Cortez A. Sound as a producer of social spaces in museum exhibitions. Curator: The Museum Journal. 2023. Vol. 66, No. 2. P. 317–328. DOI: 10.1111/cura.12547.

3. Fraisse V., Giannini N., Guastavino C., Boutard G. Experiencing Sound Installations: A conceptual framework. Organised Sound. 2022. Vol. 27, No. 2. P. 227–242. DOI: 10.1017/S135577182200036X.

4. Wanke R. D. Sound in the Ecstatic-Materialist Perspective on Experimental Music. London : Routledge, 2022. 160 p. DOI: 10.4324/9781003132387.

УДК 316.7:008:004:001.8

ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЦИФРОВА КУЛЬТУРА»

Ліпінський С.О., здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Берковський В.Г., кандидат історичних наук, doctor nauk humanistycznych, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифрова культура, мережа, цифрове суспільство.

В останні десятиріччя цифрова культура стає проявом не просто технологічного прогресу, а глибоким культурним феноменом, який робить інформацію швидшою для доступу, легшою для обробки та адаптації [5, s.126]. Саме цифрові елементи культури стосуються перетворення комунікації, включаючи візуальну та аудіальну інформацію, на простір спільної мови та спільного коду [7, s.155]. Більш того, цифрова культура пропонує більші переваги у швидкості та гнучкості передачі інформації у порівнянні з класичними зразками старої «аналогової» культури. І тут доволі влучним буде вислів Енді Лавендера, що цифрова культура змінила спосіб, у який людина, як áктор культури, керує своїм часом та культурним обміном [5, s.127]. Тобто світ цифрової культури охоплює не лише світ ефектів та можливостей нових digital-технологій, але й визначає та охоплює способи мислення та дії (абстракцію, кодифікацію, саморегуляцію, віртуалізацію та програмування) [4, s.13], призводить до появи нових стилістичних та естетичних режимів, а також унікальних та безпрецедентних виконавських переживань, жанрів та онтологій [1, s.5]. Саме це робить актуальними дослідження визначень та понять феномену цифрової культури з культурологічної точки зору.

Зазвичай, поняття цифрової культури аналізується через технологічні чи постіндустріальні зрушення, процес переходу від аналогового до інформаційного/мережевого суспільства, врешті-решт, як революцію в людській свідомості. Однак, за своєю суттю, ці підходи доповнюють один одного та створюють цілісну картину даного феномену.

Одним з базових принципів розуміння специфіки цифрової культури є те, що вся вона пронизана ідеєю продуктивного поєднання різних, а часом навіть і суперечливих елементів та артефактів, які створюють т.зв. «парадокс ім/матеріальності» (згідно Я. Гарріса та П. Тейлора) [2, s.18]. Більш того, це продуктивне поєднання, по суті, здійснює транскодування аналогового бачення світу та культуротворення у цифровий аккреативний світ, який забезпечує безперервну взаємодію інтерфейсу людина-комп’ютер у межах нового культурного простору [3, s.131].

Разом з тим, новопосталий цифровий аккреативний світ та культурний простір не є настільки унікальною та специфічною річчю, адже він надалі залишається результатом людського суспільства та людського розуму, і не виходить поза межі природи культури, надалі залишаючись одночасно і традиційним, і творчим [3, 138]. Фактично, цифрова культура це мережа, контури якої дозволяють дослідити, як людина за допомогою комп’ютера та бінарного коду створює стійкі, довготривалі моделі поведінки [6, s.2-11]. І поряд з цим, цифрова культура, як культура,

залишається тим простором, існування якого визначається трьома базовими осями – знаннями, цінностями та нормами, які, у свою чергу, створюють т.зв. «площини відповідностей» або «кореспондуючі площини» – простір утворений між двома осями.

Виразною характеристикою цифрової культури є її мережевий характер, який сформований динамічною здатністю людини бути одночасно як споживачем культурного контенту, так і його виробником. Ця здатність вимагає наявності швидкої реакції на будь-яку мережеву подію, оскільки найменше затримка в умовах гіперінтенсивного цифрового суспільства робить культурний контент/продукт неактуальним. Як результат, для підтримки належного рівня цифрової культури кардинально необхідною є постійна активність в мережевому просторі. Фактично саме мережевий простір забезпечує перехід від традиційних форм творчості до більш відкритого простору [6, s.2-10]. І в цьому контексті цифрова культура набуває символічних та значущих характеристик, оскільки відображає не лише модифікацію творчості, але й суттєву зміну людських стосунків і людського досвіду.

Визначення та характеристики, які надаються поняттю «цифрова культура» в контексті постмодерністського та пост-постмодерністського бачення світу, тим не менш є до певної міри технологічною утопією [8, s.12]. В цьому контексті, важливою є думка Девіда Родовика, що поширення та розвиток віртуальності, як сучасного обличчя цифрової культури, є звичайною трансформацією матеріальної репрезентації символу. І хоча, з точки зору, аудиторії цифрової культури, цей символ є віртуальним та відсутнім в аналоговому світі, однак «це рука та долоня, які поступово відмовилися від своєї сили та переказали їх на користь машин – і це є істотою автоматизації/інформатизації – і, в такий спосіб інтерфейс визначає, як фігурально, так і дослівно, машинну здатність цифрової культури» [8, s.14]. Отже, цифрова культура, як технологічна утопія, представляє собою ідею тотального контролю над інформацією через особистий досвід де інформаційні технології є елементом визначення, регулювання, контролю, огляду та документування розвитку людських спільнот. І це, в свою чергу, дозволяє підвищити рівень доступу до щоразу більших об’ємів інформації і нових комунікаційних можливостей.

Список використаних джерел

1. Digital Performance: A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation / ed. by Dixon, S., Smith, B. Cambridge, MA: MIT Press, 2007. 809 p.

2. Harris, J. L., Taylor P. A. Digital Matters: Theory and Culture of the matrix. London: Routledge, 2005. 224 p.

3. Hassan, R. The Condition of Digitality: A Post-Modern Marxism for the Practice of Digital Life. London: University of Westminster Press, 2020. 200 p.

4. Gere, Ch. Digital Culture. London: Reaktion Books, 2002. 222 p.
5. Lavender, A. Digital Culture. Mapping Intermediality in Performance / ed. by Bay-Cheng, S., Kattenbelt, C., Lavender, A., Nelson, R. / Series: MediaMatters. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2010. P.125-134.
6. Levin, I., Mamlok, D. Culture and Society in the Digital Age. *Information* 2021, Vol. 12(2). P.1-12
7. Mosco, V. The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace. Cambridge, MA: MIT Press, 2005. 218 p.
8. Rodowick, D.N. Niepewna utopia – kultura cyfrowa? Panoptikum. 2010. № 9 (16). P. 10-27.

УДК 069:004:008
https://orcid.org/0009-0005-4476-0137

ВІРТУАЛЬНА ЕКСКУРСІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ В США

Лубик А.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Бурназова В. В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: віртуальна екскурсія, цифрові музеї, медіатизація, культурна спадщина, українська діаспора, популяризація культури.

Культурні інституції переживають активну трансформацію під впливом цифрових технологій. Музеї, які традиційно функціонували як фізичні простори збереження культурної спадщини, сьогодні дедалі більше інтегруються у цифрове середовище. Дослідники фіксують, що пандемія COVID-19 стала каталізатором цього процесу, різко прискоривши перехід музеїв до онлайн-форматів [10].

У цифрову епоху значна частина відвідувачів отримують перший досвід взаємодії з музеєм саме в онлайн-форматі – через соціальні мережі, офіційний вебсайт та інші інтернет-ресурси. Це свідчить про розширення каналів доступу до культурної спадщини та зміну ролі музею як комунікативного середовища [6]. Дослідники підкреслюють, що музеї дедалі частіше використовують цифрові технології для задоволення очікувань сучасної аудиторії [9].

Зазначені трансформації безпосередньо пов'язані з процесом медіатизації культури, що передбачає передачу культурних смислів через медіа [4]. В умовах глибокої медіатизації соціальні мережі стають ключовим каналом комунікації між культурними інституціями та аудиторією, змінюючи способи сприйняття культурних практик [7]. Медіатизація зумовлює структурно-функціональні зміни в діяльності

музеїв, зокрема оцифрування колекцій та розвиток нових форматів їх представлення, одним із яких є онлайн-екскурсії.

Метою даної роботи є розробка концепції віртуальної екскурсії по Національному українському музею Чикаго як інструменту представлення спадщини діаспори в глобальному цифровому просторі.

Національний український музей Чикаго є важливою культурною інституцією, що представляє українську історію, мистецтво та традиції у міжнародному контексті. Його діяльність спрямована на збереження культурної спадщини та її представлення серед широкої аудиторії, зокрема представників української діаспори. Дослідники фіксують, що в сучасних умовах цифрові виставки стали незамінним засобом збереження і просування спадщини діаспорних спільнот, долаючи географічні та часові обмеження [8]. Віртуальний музей при цьому розглядається не як дублікат фізичного, а як самостійна форма культурної репрезентації [3].

У процесі дослідження встановлено, що онлайн-екскурсії можуть виступати ефективним інструментом культурної комунікації, оскільки забезпечують доступ до музейних експозицій незалежно від географічного розташування відвідувача. Дослідження в галузі цифрового відвідування музеїв підтверджують, що онлайн-взаємодія з музейним середовищем формує культурну ідентичність аудиторії та підвищує готовність до реального візиту [9].

Реалізація таких форматів потребує якісного мультимедійного контенту та зручних цифрових платформ. Ефективність цифрового представлення залежить від якості контенту, зручності навігації, багатомовності та орієнтації на конкретну цільову аудиторію [6]. З огляду на це, віртуальну екскурсію доцільно створювати англійською мовою та адаптувати до сприйняття американської аудиторії. Перспективним є також застосування VR/AR-технологій, що суттєво розширюють можливості занурення в культурний простір.

Формат онлайн-екскурсії дозволяє поєднати візуальний та аудіальний канали сприйняття, що підвищує ефективність комунікації та сприяє глибшому зануренню у культурний контекст. Структура такої екскурсії має будуватися за принципом логічної послідовності – від загального ознайомлення з музеєм до детального розгляду окремих експонатів.

Особлива увага приділяється елементам, що є найбільш зрозумілими та привабливими для іноземної аудиторії: вишиванці як символу культурної ідентичності, писанкам як унікальному явищу декоративно-ужиткового мистецтва, козацькій добі як ключовому чиннику формування національної ідентичності. Окремо виокремлено унікальну колекцію, пов'язану з діяльністю митрополита Андрея Шептицького. Дослідники Бурназова В. і Пономаренко Я. підтверджують значущість популяризації національних мистецьких цінностей через призму музейних артефактів [2].

Важливим елементом онлайн-екскурсії є представлення музейних фондів та архівів, що розкриває музей як науково-культурну установу. Поширення інформації про музейні зібрання через соціальні медіа суттєво розширює аудиторію та сприяє популяризації мистецтва [1]. Сучасні музеї адаптують форми подачі інформації відповідно до потреб і очікувань аудиторії, зокрема через залучення відвідувачів за допомогою цифрових інструментів [5].

Таким чином, віртуальна екскурсія є важливим інструментом культурної комунікації, що забезпечує ефективне представлення спадщини діаспори у глобальному інформаційному просторі, підвищує рівень залученості міжнародної аудиторії та зміцнює культурну присутність України у США.

Список використаних джерел

1. Бурназова В., Стульнікова К. Вплив соціальних медіа на розвиток та популяризацію сучасного мистецтва. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.68-71. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279
2. Бурназова Віра, Пономаренко Яна. Популярізація національних мистецьких цінностей через призму музейних артефактів. Мистецтво та мистецька освіта в сучасному соціокультурному просторі : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (19-20 квітня 2024 р., м. Запоріжжя) / [упоряд. В.В. Бурназова, В. В. Григор'єва, А.І.Омельченко, Ю.П.Тараненко]. Запоріжжя : БДПУ, 2024. 218 с., С.132-136. URL: https://drive.google.com/file/d/1HMgVJ9yKvpBG4megROZL26w9ikGA2AGn/view
3. Вороніна Є. С. Віртуальний музей у сучасному світі. Challenges of Science Today. Київ : НАУ, 2021. С. 380-382.
4. Григоревська О. В. Медіакультура у вимірах цифрових бібліотечних, архівних і музейних проєктів європейських країн. Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. Київ, 2022. С. 73-80.
5. Масленникова М. Д. Методи залучення відвідувачів до музеїв. Сучасний досвід Європи та України. Музей у глобальному світі: інновації та збереження традицій : збірник матеріалів наукової конференції (Сумцовські читання), 18 жовтня 2022 р. Харків : Майдан, 2022. С. 71-77.
6. Мина Ж. Бібліотеки, музеї та архіви в медіапросторі сьогодення. Історико-культурна спадщина: збереження, доступ, використання : монографія / відп. ред. І. І. Тюрменко. Київ : НАУ, 2021. С. 109-117.
7. Пащенко Г. П. Вплив соціальних мереж на формування комунікативної взаємодії та сучасних культурних практик : магістерська

робота / Національний університет «Києво-Могилянська академія». Київ, 2020. 112 с.

8. Bilushchak T., Vintoniv Kh., Malyk H. Showcasing Identity: Virtual Exhibitions of the Ukrainian Diaspora in Canada. Proceedings of the 3rd International Workshop on Social Communication and Information Activity in Digital Humanities (SCIA 2024). CEUR Workshop Proceedings. 2024. Vol. 3851. URL: https://ceur-ws.org/Vol-3851/paper2.pdf

9. Deng X., Zhang J., Zhang S., Zhang L., Qin H. From digital museuming to on-site visiting: The mediation of cultural identity and perceived value. Frontiers in Psychology. 2023. Vol. 14. DOI: https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111917

10. Giannini T., Bowen J. P. Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID-19. Heritage. 2022. Vol. 5, No. 1. P. 192-214. DOI: https://doi.org/10.3390/heritage5010011

УДК 008:338.46:316.7

ВІЙНА В ОПТИЦІ УКРАЇНСЬКИХ МИСТЕЦЬКИХ СЮЖЕТІВ

Мамренко В.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Данник К.О., кандидат культурології, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: війна, мистецтво, українська культура, художній образ, культурна пам’ять, креативні індустрії.

Сучасний розвиток українського суспільства відбувається в умовах масштабних соціально-політичних трансформацій, спричинених повномасштабною війною, що безпосередньо впливає на всі сфери суспільного життя, зокрема на культурно-мистецький простір. У цих умовах мистецтво набуває не лише естетичного, а й глибокого соціального, комунікативного та ідеологічного значення, виступаючи важливим інструментом осмислення воєнної реальності, формування колективної пам’яті та консолідації нації. Війна трансформує художню оптику, у межах якої відбувається переосмислення традиційних мистецьких сюжетів, створення нових образів та формування нових смислових акцентів у культурі.

Аналіз сучасних наукових досліджень свідчить, що в умовах війни відбувається суттєва зміна функцій мистецтва, яке дедалі більше орієнтується на відображення соціально значущих процесів та виконує роль засобу фіксації історичного досвіду. Зокрема, культурні практики українського суспільства трансформуються під впливом воєнних подій, що проявляється у посиленні меморіальної, комунікативної та терапевтичної функцій мистецтва [5, с. 15–18]. Мистецтво стає своєрідним механізмом

колективної рефлексії, що дозволяє суспільству осмислити травматичний досвід війни та інтегрувати його у власну культурну ідентичність. Особливістю українських мистецьких сюжетів воєнного періоду є їхня багатовимірність та глибока символічність. У візуальному мистецтві війна відображається через поєднання реалістичних образів і метафоричних конструкцій, що дозволяє митцям передати не лише зовнішні прояви війни, але й внутрішній емоційний стан людини. У художніх роботах домінують теми руйнування, втрати, болю, але водночас значне місце займають образи стійкості, героїзму та національної єдності, які формують позитивний наратив спротиву [4, с. 61–64]. Така подвійність художнього зображення відображає складність воєнної реальності та багатогранність людського досвіду.

У літературному просторі війна постає як складний екзистенційний феномен, що впливає на систему цінностей, світогляд та поведінку особистості. Сучасні українські автори активно досліджують теми травматичного досвіду, морального вибору, втрати ідентичності та пошуку сенсу в умовах кризи. Війна в літературі виступає не лише як сюжетна основа, але й як фактор, що визначає внутрішню динаміку персонажів та формує нові моделі наративу, орієнтовані на психологічну глибину та рефлексивність.

Важливим аспектом дослідження є інституційний вимір функціонування мистецтва в умовах війни. Мистецькі інституції трансформуються у простори культурного спротиву, виконуючи функції збереження культурної спадщини, підтримки митців та організації соціально значущих культурних ініціатив. У цьому контексті мистецтво стає складовою національної безпеки, оскільки сприяє формуванню стійкої культурної ідентичності та протидії інформаційним загрозам [1, с. 94–97].

Суттєвого значення набуває розвиток креативних індустрій, які в умовах війни демонструють високий рівень адаптивності та інноваційності. Українське мистецтво активно інтегрується у міжнародний культурний простір, виконуючи функцію культурної дипломатії та формуючи позитивний імідж України на світовій арені. Завдяки цьому мистецькі сюжети, пов’язані з війною, стають важливим інструментом комунікації з міжнародною спільнотою та сприяють формуванню глобального розуміння українського досвіду [3, с. 6–8].

Окремої уваги заслуговує розвиток цифрового мистецтва, яке відкриває нові можливості для художнього осмислення війни. Використання мультимедійних технологій, віртуальної реальності та інтерактивних платформ дозволяє створювати нові форми взаємодії з аудиторією, що сприяє більш глибокому емоційному залученню та розширює межі традиційного мистецтва. Цифрові проєкти забезпечують оперативне поширення культурного контенту та сприяють формуванню нових моделей комунікації в умовах інформаційного суспільства.

Водночас важливим є феномен документального мистецтва, яке поєднує художню форму з фактичним матеріалом. Документальні фотографії, відео та кінематографічні проєкти фіксують реальні події війни, створюючи візуальний архів сучасності. Такі форми мистецтва виконують не лише естетичну, але й доказову функцію, що є особливо важливим у контексті інформаційної війни та протидії дезінформації.

Крім того, культурні індустрії в умовах війни змінюють свою функціональну спрямованість, орієнтуючись на соціальну підтримку, благодійну діяльність та інформаційний спротив. Мистецькі заходи, фестивалі, виставки та інші культурні ініціативи стають платформами для збору коштів, підтримки військовослужбовців та формування громадянської позиції. Це свідчить про інтеграцію мистецтва у соціально-політичні процеси та його активну роль у житті суспільства [2, с. 158–161].

Таким чином, війна в оптиці українських мистецьких сюжетів постає як складне багатовимірне явище, що поєднує художнє відображення реальностіз глибоким соціальним, культурним та психологічним осмисленням. Мистецтво виконує функції фіксації історичного досвіду, формування колективної пам’яті, забезпечення психологічної підтримки суспільства та здійснення культурного спротиву. Воно стає важливим елементом національної ідентичності та інструментом інтеграції українського досвіду у світовий культурний простір. Подальші дослідження цієї проблематики сприятимуть більш глибокому розумінню ролі мистецтва у сучасних трансформаційних процесах та визначенню перспектив розвитку креативних індустрій в Україні.

Список використаних джерел

1. Вертипорох А.С. Роль інституційноїсистеми мистецтва під час війни // *Е-журнал «Проблеми початкової освіти та мистецтва»*. 2024. С. 91–99.

2. КузьменкоТ., Самагала В. Війна в Україні в контексті діяльності українських івент-агенцій (2022–2023 рр.) // *Питання культурології*. 2024. № 43. С. 156–169. DOI: 10.31866/2410-1311.43.2024.303043.

3. Кушнарьова М.Б**.** Українська культурна дипломатія під час війни: досвід, проблеми, перспективи // *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 67. С. 35–53. DOI: 10.15407/np.67.035.

4. Полякова М. Українське мистецтво 2022–2023 років: рефлексії російсько-української війни// *Мистецтво в обороні : колективна монографія Національної академії мистецтв України* / упоряд. О. Клековкін, І. Кузнєцова, М. Черкашина-Губаренко. Київ : Фенікс, 2024. С. 61–85.

5. Чупрій Л.В., Настояща К.В., Марутян Р.Р.
Культурні практики населення України під час війни: аналітичний звіт. Київ : Видавництво НДІУ ; Видавництво «Міленіум», 2023. 202 с.

УДК 008:338.46:316.7

ФОРМУВАННЯ НАРАТИВІВ У ВОЄННОМУ ТА ПІСЛЯВОЄННОМУ УКРАЇНСЬКОМУ КІНО: РЕЖИСЕРСЬКИЙ ТА СЦЕНАРНИЙ РАКУРСИ

Митчик Д.С., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Данник К.О., кандидат культурології, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: наратив, українське кіно, воєнний кінематограф, режисерський ракурс, сценарний ракурс, національна ідентичність, колективна пам’ять.

У сучасних умовах російсько-української війни, український кінематограф набуває особливого значення як інструмент формування суспільних смислів, колективної пам’яті та національної ідентичності. Державне кіно не лише відображає реальність війни, але й активно конструює наративи, через які глядач осмислює події, переживає досвід травми та формує уявлення про сучасну історію. У цьому контексті важливими є режисерський та сценарний ракурси, які визначають структуру, тональність і зміст кінематографічних творів.

Наратив у кіно виступає ключовим механізмом передачі ідей та смислів. У межах досліджень, присвячених українському кінематографу періоду війни, наратив розглядається як спосіб організації історії, що формує цілісне уявлення про події, героїв і конфлікти. Особливістю сучасного українського кіно є те, що воно функціонує не лише як художній, але й як соціально-комунікативний феномен, який бере участь у формуванні інформаційного простору. В умовах війни це набуває додаткового значення, оскільки кінематограф стає одним із засобів протидії інформаційним впливам та інструментом на міжнародному полі.

Аналізуючи сучасні наративи, варто зазначити, що українське кіно трансформується від умовно узагальнених сюжетів до більш персоналізованих історій. Якщо на початкових етапах війни домінували героїчні моделі, зосереджені на патріотизмі та боротьбі, то з часом відбувається зміщення акценту на індивідуальний досвід, внутрішні переживання та психологічні аспекти війни. Це свідчить про ускладнення наративної структури та прагнення до глибокого осмислення реальності.

Важливим аспектом є взаємодія кіно з медійним середовищем. Кінематограф стає частиною ширшого інформаційного поля, що

підтверджують сучасні дослідження, де формуються і транслюються різні інтерпретації війни. У цьому контексті українське кіно виконує функцію не лише відображення, але й інтерпретації подій, пропонуючи альтернативу ворожим наративам. Через художні образи та сюжетні лінії формуються уявлення про війну як про боротьбу за ідентичність, свободу та цінності.

З режисерської точки зору, формування наративу визначається авторським баченням та індивідуальним досвідом. Багато українських режисерів безпосередньо переживають війну, що впливає на їхню творчу оптику. Це проявляється у прагненні до автентичності, використанні документальних елементів та зосередженні на реальних подіях. Режисер у цьому випадку виступає не лише як творець художнього продукту, але і як свідок історичних подій, що накладає додаткову відповідальність на форму та зміст наративу.

Зазнає суттєвих змін і сценарний ракурс. Сценарії сучасного українського кіно все частіше базуються на реальних історіях, свідченнях очевидців та документальних матеріалах. Це зумовлює зміну підходів до побудови драматургії: традиційні сюжетні моделі доповнюються фрагментарністю, відкритістю фіналу та акцентом на емоційній правдивості. Водночас сценарій виконує функцію структурування хаотичної реальності війни, надаючи їй зрозумілої форми для глядача.

Окремої уваги потребує питання співвідношення мистецтва і пропаганди. У контексті війни українське кіно часто опиняється на межі між художнім висловлюванням та інструментом інформаційного впливу. З одного боку, воно виконує важливу функцію формування позитивного образу країни та підтримки суспільного духу. З іншого — існує ризик спрощення наративів та втрати художньої глибини. Саме тому режисерський і сценарний підходи мають балансувати між емоційною виразністю та критичним осмисленням реальності.

У післявоєнній перспективі можна очікувати подальшої трансформації наративів. Досвід війни стане основою для нових форм репрезентації, зокрема через переосмислення травматичного досвіду та формування колективної пам’яті. Ймовірно, що після завершення активної фази війни акценти зміститься з безпосереднього зображення бойових дій на їхні наслідки — психологічні, соціальні та культурні. Це відкриває нові можливості для розвитку українського кінематографа як простору рефлексії та діалогу.

Таким чином, формування наративів у воєнному та післявоєнному українському кіно є складним і багатовимірним процесом, що охоплює як художні, так і соціальні аспекти. Режисерський та сценарний ракурси відіграють ключову роль у цьому процесі, визначаючи способи осмислення війни та її репрезентації. Сучасне українське кіно виступає не лише як форма мистецтва, але і як важливий елемент культурного та

інформаційного простору, що сприяє формуванню національної ідентичності та колективної пам’яті.

Список використаних джерел

1. Данилюк, В. (2025). Наративи в ігровому кіно: сутність, значення і контекст російсько-української війни. Питання культурології, (45), 90–108.
2.Калантай С. Трансформація українського кінематографа. Культорологічний альманах. 2024. Вип. 4(12). С. 399-406.
3.Паленчук А. Українське кіно під загрозою // Українська правда. – 2025.

УДК 008.2:316.722

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНОЇ ПОП-КУЛЬТУРИ НА НАЦІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ

Одінцов А.О., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури,
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: глобалізація, поп-культура, національна ідентичність, культурні традиції, глокалізація, українська культура.

Глобалізація є однією з ключових характеристик розвитку сучасного суспільства. Вона охоплює економічні, політичні, технологічні та культурні процеси, формуючи нову модель взаємодії між державами та народами. Особливо інтенсивно глобалізація проявляється у сфері культури, де виникає феномен глобальної поп-культури. Завдяки розвитку цифрових технологій, інтернету та мас-медіа культурні продукти поширюються зі швидкістю, що раніше була неможливою, створюючи єдиний світовий інформаційний простір.

Теоретичне осмислення культурної глобалізації представлено в класичних дослідженнях А. Аппадурая, який розглядав сучасний світ як систему глобальних культурних потоків. На його думку, медіапростір формує нові уявні світи, в межах яких люди сприймають реальність [3]. Е. Гідденс підкреслював, що глобалізація є процесом посилення світових соціальних зв'язків, що пов'язують віддалені локальності [4]. У цьому контексті поп-культура стає важливим механізмом трансляції цінностей, символів і моделей поведінки.

Поп-культура орієнтована на масову аудиторію та характеризується доступністю, комерційною спрямованістю й швидкою зміною трендів. Вона охоплює музику, кінематограф, телебачення, соціальні мережі, моду, рекламу та цифрові платформи. Саме через ці канали формується глобальний культурний простір, у якому стираються географічні та мовні

бар'єри. Англійська мова набуває статусу універсального засобу комунікації, що посилює процеси культурної уніфікації.

Одним із центральних механізмів впливу глобальної поп-культури є стандартизація культурних зразків. Міжнародні бренди, популярні музичні стилі, формати телешоу та кінофраншизи створюють універсальні моделі споживання. Дж. Б. Томпсон зазначав, що медіа відіграють ключову роль у формуванні модерної культури, адже вони конструюють символічні форми, які стають частиною повсякденного життя [6]. Таким чином, національні культури дедалі частіше взаємодіють із глобальними культурними шаблонами.

Вплив глобальної поп-культури на національні традиції має амбівалентний характер. З одного боку, спостерігається часткове витіснення локальних звичаїв, святкових практик, традиційного одягу та народної творчості. Молоде покоління часто орієнтується на міжнародні тренди, що формуються у світовому медіапросторі. Це може призводити до зниження інтересу до автентичної культурної спадщини та поступової втрати традиційних форм культурного самовираження.

З іншого боку, глобальна поп-культура створює нові можливості для розвитку національних культур. Вона відкриває доступ до світової аудиторії, дозволяючи популяризувати власну культурну спадщину. Сучасні митці активно інтегрують елементи фольклору у популярні жанри музики, кіно та візуального мистецтва. Такий синтез традиційного й сучасного сприяє формуванню конкурентоспроможного культурного продукту, здатного привернути увагу міжнародної спільноти.

В українському контексті процеси культурної глобалізації набувають особливого значення. Українське суспільство перебуває у стані активного переосмислення власної ідентичності, що поєднується з відкритістю до світових культурних впливів. З одного боку, зростає популярність міжнародних музичних стилів, цифрових платформ та англомовного контенту. З іншого боку, спостерігається підвищений інтерес до народної музики, традиційних символів, національного костюма та історичної спадщини.

Особливо показовим є феномен поєднання фольклорних мотивів із сучасними музичними напрямами. Українські виконавці інтегрують етнічні інструменти, народний спів і традиційні образи у формат популярної музики. Такий підхід сприяє не лише збереженню культурної спадщини, але й її модернізації відповідно до вимог глобального медіапростору. Науковці розглядають це явище як закономірний процес збереження національного культурного коду в умовах глобалізації [2].

Важливою тенденцією є явище глокалізації – поєднання глобальних і локальних елементів у межах одного культурного продукту. Глокалізація дозволяє адаптувати світові тренди до національного контексту, зберігаючи культурну самобутність [5]. У цьому сенсі адаптація до

полікультурного середовища стає необхідною умовою для збереження та просування власної культурної ідентичності на міжнародній арені [1].

Разом із тим існують і ризики культурної асиміляції. Домінування масової культури може спричинити маргіналізацію традиційних форм мистецтва, зменшення ролі народної творчості та втрату культурної пам'яті. Тому важливою є державна культурна політика, спрямована на підтримку національного продукту, розвиток освіти у сфері культури та популяризацію традицій через сучасні медіа.

Таким чином, вплив глобальної поп-культури на національні культурні традиції є складним і багатовимірним процесом. Він поєднує елементи уніфікації та різноманіття, асиміляції та відродження, стандартизації та творчого синтезу. У сучасних умовах ключовим завданням є формування балансу між відкритістю до глобальних тенденцій та збереженням культурної самобутності. Оптимальною стратегією розвитку є не ізоляція від світових процесів, а їх критичне осмислення та творча адаптація відповідно до національних потреб.

Список використаних джерел

1. Бурназова В., Гладун Є. Адаптація українського актора до полікультурного середовища: виклики, успішні стратегії та рекомендації для студентів. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.71-75. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

2. Бурназова В., Шнайдер А. Традиції і трансформація: збереження національного хореографічного і музичного коду в умовах глобалізації. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.124-128.URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

3. Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis : University of Minnesota Press, 1996. 229 p. ISBN 978-0-8166-2793-6.

4. Giddens A. The Consequences of Modernity. Stanford : Stanford University Press, 1990. 188 p. ISBN 978-0-8047-1891-2.

5. Held D., McGrew A. Globalization / Anti-Globalization. Cambridge : Polity Press, 2002. 158 p. ISBN 978-0-7456-2989-6.

6. Thompson J. B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford : Stanford University Press, 1995. 322 p. ISBN 978-0-8047-2679-5.

УДК 008:338.46:316.7

МИСТЕЦТВО ЯК ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ВИКЛИКІВ У СУЧАСНИХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЯХ

Раад К.З., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Копієвська О.Р. доктор культурології, професор,
професор кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: креативні індустрії, мистецтво, соціокультурні виклики, війна, театр, перформанс.

Повномасштабна війна, що триває в Україні з 2022 року, дуже вплинула на культурну сферу. Багато закладів культури змушені були працювати в обмежених умовах або тимчасово призупинити діяльність. Частина митців виїхала за кордон, фінансування проєктів значно скоротилося. Проте як практика доводить: навіть у кризі культура не зникає, а адаптується й набуває нових форм. Як кажуть дослідники, «війна в Україні стала серйозним викликом для креативних індустрій та креативної економіки, але водночас сприяла їхній адаптації, інноваціям та розвитку» [1, с. 65].

Саме в умовах війни мистецтво особливо яскраво проявляє свою сутність, воно перестає бути лише естетичним вираженням і стає потужним інструментом осмислення реальності. Митці активно використовують цифрові платформи, соціальні мережі та інтерактивні формати, що дає змогу підтримувати культурне життя попри відсутність звичних умов. Цифровізація відіграє ключову роль: «цифровізація креативних індустрій у воєнний час забезпечує гнучкість, розширення аудиторії та самозайнятість митців, стаючи фактором стійкості та відновлення» [2, с. 70].

Сучасні креативні індустрії відображають ті процеси, які відбуваються в суспільстві. Йдеться про переживання війни, втрати, вимушене переселення, культурну травму і шок. Тему культурної травми розгядає детально в своїх роботах вчена Копієвська О.Р., яка наголошує виняткову роль мистецтва в питаннях відновлення та моральної підтримки [3,4].

Особливо це помітно в театрі та перформансі. Останнім часом значно зросла кількість вербатім-вистав, створених на основі реальних інтерв'ю. Вони передають живі емоції та безпосередній досвід людей, які пережили війну. У театральному процесі воєнного часу документальний театр та вербатім стали ключовими формами репрезентації культурної травми.

Такі вистави справляють сильний вплив на глядача саме завдяки щирості та відсутності прикрас. Через них мистецтво стає не просто відображенням подій, а способом їх глибокого розуміння. Крім того, активно розвиваються перформативні практики, де головним засобом

вираження є тіло. Рух і фізична присутність дозволяють передати те, що складно висловити словами, даючи глядачу можливість глибше відчути зміст твору.

Змінюється й сам простір мистецтва: вистави все частіше відбуваються поза традиційними сценами в укриттях, міських локаціях чи онлайн. Це робить культуру ближчою до реального життя людей.

Значний внесок у розвиток сектору має цифровізація. Онлайн-трансляції, відеоформати та інтерактивні проєкти розширюють аудиторію, особливо в умовах, коли фізична присутність обмежена.

Не менш важливою є міжнародна співпраця. Українські митці беруть участь у фестивалях, виставках та спільних проєктах за кордоном. Це сприяє формуванню позитивного іміджу України та привертає увагу світової спільноти до подій в нашій країні.

Попри всі труднощі, креативні індустрії поступово відновлюються: з'являються нові проєкти, активізується цифровий сектор, розвивається культурна діяльність. Водночас залишаються невирішені проблеми нестача фінансування, емоційне вигорання митців, безпекові ризики та відтік кадрів. Дослідники підкреслюють, що «креативний сектор демонструє резильєнтність, але потребує системної підтримки для подолання викликів війни та інтеграції з ЄС» [5].

Важливо, що мистецтво не просто фіксує проблеми, а створює простір для діалогу. Глядачі впізнають себе в образах, співпереживають і переосмислюють власний досвід. Таким чином, мистецькі практики сьогодні виконують не лише культурну, а й соціальну функцію.

Отже, у сучасних умовах мистецтво виконує значно ширшу роль, ніж раніше. Воно допомагає суспільству осмислювати складні події, підтримує людей емоційно та створює простір для діалогу. Креативні індустрії, попри всі виклики, продовжують розвиватися і можуть стати одним із ключових чинників відновлення України.

Список використаних джерел

1. Безугла Л.С., Лазакович І.І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство.* 2024. № 63. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30.

2. Дульська І.В. Роль цифровізації креативних індустрій у воєнний час і в період післявоєнного відновлення України. *Економіка України.* 2024. № 7 (752). С. 70–93. URL: https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.07.070.

3. Копієвська О.Р. Еволюція поняття «травматичний досвід»: культурологічний аспект. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 3. С. 3–13.

4. Копієвська О. Р. Проблематизація травми у європейському науковому дискурсі кінця XIX – початку XX ст.: культурно-історичний

контекст. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 1. С. 3–8

5. Харчук О., Пахота Н. Виклики та перспективи розвитку креативних і культурних індустрій України в умовах війни. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2025. Вип. 88. Т. 2. URL: https://aphn-journal.in.ua/archive/88_2025/part_2/50.pdf.

СИНЕРГІЯ ТЕАТРАЛЬНОГО ТА ХОРЕОГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА У СИСТЕМІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ТА СУЧАСНИХ СЦЕНІЧНИХ ПРАКТИКАХ

Степаненко М.С., аспірант
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: креативні індустрії, театральне мистецтво, хореографічне мистецтво, сценічні практики, культурний туризм, перформативність, пластична драматургія, міждисциплінарність, сценічна комунікація, художня взаємодія.

Сучасний етап розвитку культури характеризується активізацією інтеграційних процесів між різними видами мистецтва, що зумовлює формування нових моделей художнього мислення та трансформацію традиційних сценічних форм [1]. У контексті розвитку креативних індустрій ці процеси набувають особливого значення, оскільки мистецтво стає не лише сферою творчості, а й важливим ресурсом економічного розвитку.

Театральне та хореографічне мистецтво є одними з найбільш взаємопов’язаних сфер, оскільки обидва базуються на тілесній природі вираження та безпосередній взаємодії з глядачем [2]. У сучасних умовах їх взаємодія виходить за межі традиційного сценічного простору та активно інтегрується у сферу креативних індустрій, зокрема у фестивальний рух, культурні події та туристичні практики.

Переосмислення ролі хореографії у театрі пов’язане зі зміною художніх пріоритетів. Якщо раніше танець виконував допоміжну функцію, то сьогодні він виступає як самостійний засіб вираження [2]. Рух дозволяє передавати складні емоційні стани та смисли, що робить його універсальним інструментом сценічної комунікації.

Особливого значення набуває поняття «пластична драматургія», яке передбачає побудову сценічної дії через рух, ритм і просторову композицію [3]. Такий підхід формує нову сценічну мову, де актор і танцівник працюють у єдиному художньому полі.

Взаємодія театру і хореографії яскраво проявляється у фізичному театрі, де тіло виконавця стає основним носієм змісту, а рух — головним засобом вираження [2]. Це розширює професійні можливості митця та

відповідає сучасним тенденціям розвитку креативних індустрій.

Синтетичний характер сучасної сцени зумовлює зміну режисерського мислення. Режисер працює з комплексом елементів — рухом, світлом, музикою, простором [4]. Це сприяє формуванню нових форм сценічного мистецтва та розвитку міждисциплінарних колаборацій.

Важливим напрямом є інтеграція сценічного мистецтва у сферу туризму. Театральні фестивалі, перформанси та хореографічні події стають частиною туристичних маршрутів і культурних програм, формуючи імідж міст і регіонів [1].

Імпровізаційні практики також відіграють важливу роль у сучасному мистецтві, створюючи ефект живої взаємодії між виконавцями та глядачами [3]. Це підвищує рівень емоційного залучення аудиторії.

Тілесність виступає ключовою категорією сучасного сценічного мистецтва. Через рух відбувається передача культурного досвіду та осмислення соціальних процесів [6].

Таким чином, синергія театрального та хореографічного мистецтва є важливим чинником розвитку креативних індустрій. Вона сприяє створенню інноваційних культурних продуктів, які інтегруються у сферу туризму та гостинності, забезпечуючи їх подальший розвиток.

Список використаних джерел

1. Важинський С. Формування іміджу сучасного українського театру у XXI столітті. 2024.
2. Musavi F. A Comparative Study of Contemporary Dance and Physical Theatre. 2024.
3. Тіщенко О. Перформанс у хореографії. 2024.
4. Качуринець С. Колаборації у сценічних постановках. 2024.
5. Касьянова О. Танцювальні сцени в опері. 2023.
6. Бойко О. Український танець у сучасній Україні. 2025.

УДК 316.722

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АФРОАМЕРИКАНСЬКИХ ТА ЛАТИНОАМЕРИКАНСЬКИХ КУЛЬТУР В США

Фарбак Д.С., здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Копієвська О.Р. доктор культурології, професор,
професор кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: афроамериканці, латиноамериканці, США, XX століття, культурна трансформація, міграція, сегрегація, громадянські права, міжетнічна взаємодія, ідентичність.

Історія афроамериканських та латиноамериканських культурних спільнот у США - це багатовіковий процес, що почався з приєднання територій Мексики та Громадянської війні в XIX столітті і перетворив латиноамериканців та афроамериканців на найбільші етнічні меншини США. Основними рушійними силами були пошук роботи та економічні труднощі, що призвело до формування потужних діаспор та значного впливу на культуру, політику та економіку США.

Американо-мексиканська війна (1846-1848) призвела до приєднання США величезних територій Мексики таких як Каліфорнія, Нью-Мексико та Арізона, понад 100 тисяч мексиканців стали громадянами США. Це загострило конфлікт між Північчю та Півднем через поширення рабства на нових землях. Це питання стало прямою передумовою Громадянської війни в США, оскільки порушило баланс між рабовласницькими та вільними штатами.

Кінець громадянської війни котрий привів до відміни рабства створив специфічне відношення до колишніх рабів. Ситуація склалася таким чином, а саме коли ще вчора представники кольорових спільнот не мали права навіть читати та писати, після відміни рабства ситуація кардинально змінилася, відтепер читати та писати стало необхідним для працевлаштування. Новому афроамериканському громадянину потрібно було якось виживати. Відсутність доступного шляху до освіти, підштовхувало колишніх рабів працювати на некваліфікованих та небезпечних роботах, де білий чоловік працювати не хотів, та гидував. Це відношення в суспільстві у купі сформувало потворне явище під назвою расова сегрегація. Це коли в одній країні так звані білі та кольорові громадяни живуть за однією конституцією, але з нерівними правами, по різному, та окремо. Як зазначає Steven Hahn, цей період став ключовим для розвитку політичної свідомості афроамериканців, попри існування значних обмежень [1]. Чорношкіре населення Америки у масі своїй було неосвіченим та бідним, а історія їх появи на північно американському континенті заклало фундамент у формуванні упередженості та стереотипів у мисленні білих громадян. Протиріччя, які накопилися, призвели до низки зіткнень і погромів, які увійшли в історію як червоне літо 1919 року. Події червоного літа, чітко показали, що афроамериканці, люди, що жили поколіннями у своїй країні, яку будували своїми руками, захистити себе зможуть лише цими самими руками. Хвиля ненависті дала відчутний поштовх до перших спроб створення діаспори афроамериканців, і стала

каталізатором стрибка міграції з півдня на захід до Каліфорнії, зокрема до міста Лос Анджелес, який на той час став місцем концентрації робочої сили з Мексики та країн Карибського басейну.

Взаємини між афроамериканцями та латиноамериканцями в Каліфорнії складалися складно та багатогранно, поєднуючи як солідарність у боротьбі за громадянські права та соціальну справедливість, так і конкуренцію за економічні ресурси, робочі місця та політичний вплив у міських районах. Дослідники підкреслюють, що ці взаємини формувалися під впливом соціально-економічних факторів та міграційних процесів [2].

Не зважаючи на культурні відмінності, відбувався активний культурний обмін, особливо серед молоді. У міському середовищі формувалися гібридні культурні практики, які поєднували афроамериканські та латиноамериканські традиції.

У середині XX століття обидві спільноти активізували боротьбу за громадянські права. Взаємний вплив афроамериканського руху та руху латиноамериканського сприяв формуванню міжетнічних коаліцій і нових форм політичної участі. Як зазначає Brian D. Behnken, співпраця між афроамериканськими та латиноамериканськими активістами стала важливим елементом ширшої боротьби за соціальну справедливість у США [3].

Попри законодавчі досягнення, такі як прийняття актів про громадянські права, соціально-економічна нерівність залишалася значною. Це зумовило появу нових форм культурного самовираження, що підкреслювали значення етнічної ідентичності та самовизначення. У другій половині XX століття афроамериканські та латиноамериканські культурні практики стали важливою складовою масової культури США, що свідчить про їх інтеграцію в загальнонаціональний культурний простір.

Отже, трансформація афроамериканських та латиноамериканських культурних спільнот у США протягом XX століття була складним і суперечливим процесом, що відбувався під впливом історичних, соціально-економічних та політичних чинників. Обидві спільноти, незважаючи на різні історичні витоки, зіткнулися з подібними викликами дискримінації та нерівності, що зумовило схожі стратегії адаптації та боротьби за права.

Міжетнічна взаємодія між афроамериканцями та латиноамериканцями поєднувала елементи конфлікту та співпраці, що сприяло формуванню нових культурних форм і соціальних практик. У підсумку ці процеси мали значний вплив на трансформацію американського суспільства та становлення сучасної культурної ідентичності США.

Список використаних джерел

1. Hahn S. *A Nation Under Our Feet: Black Political Struggles in the Rural South from Slavery to the Great Migration*. Cambridge : Harvard University Press, 2003. 610 p.

2. Carrillo K. J. *African American–Latino Relations in the 21st Century: When Cultures Collide*. Santa Barbara : Praeger, 2017. 241 p.
3. Behnken B. D. (ed.). *Civil Rights and Beyond: African American and Latino/a Activism in the Twentieth-Century United States*. Athens : University of Georgia Press, 2016. 304 p.

УДК 791.229:338.46:004.738.5(477)

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ КІНО В ОПТИЦІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ ДИСТРИБУЦІЇ ТА ФЕСТИВАЛЬНОГО ОБІГУ

Федорук А.Я., аспірант
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: документальне кіно, креативні індустрії, аудіовізуальний сектор, дистрибуційні моделі, фестивальна інфраструктура, цифровізація культури, культурна економіка, медіа-платформи, соціокультурна репрезентація, український культурний продукт.

У сучасних умовах трансформації культурної сфери документальне кіно поступово виходить за межі суто мистецької практики і розглядається як важливий сегмент креативних індустрій. Документалістика стала не лише засобом культурної рефлексії, а й інструментом соціальної комунікації, міжнародної репрезентації та економічної діяльності в межах аудіовізуального сектору.

У культурологічному вимірі документальне кіно можна розглядати як окрему культурну практику. Культуролог Копієвська О.Р. однією з головних інтенцій культурних практик визначає саме: збереження, передачу та подальший розвиток системи значень, ідей, що об'єктивуються в знаннях та проявляються в символічних формах [3], а тому і кіно як символічна форма є мистецтвом, яке трансформує реальність у візуально-звукові образи-символи, що несуть глибокі культурні, психологічні та філософські смисли та поєднують функції художньої інтерпретації реальності, соціального свідчення та культурної пам’яті.

Водночас у межах креативних індустрій воно набуває ознак культурного продукту, який створюється, просувається та розповсюджується через специфічні інституційні механізми: фестивалі, дистрибуційні платформи, телевізійні та онлайн-сервіси.

Особливістю документального кіно є складність його комерціалізації. На відміну від масового ігрового кінематографа, документальні фільми мають значно менший потенціал касових зборів у традиційному кінопрокаті. Це пов’язано з більш вузькою аудиторією,

тематичною специфікою та часто аналітичним або соціально-критичним характером контенту. Проте в останні роки спостерігається тенденція поступового розширення каналів дистрибуції документалістики. В Україні формується екосистема, що поєднує фестивальний показ, обмежений кінотеатральний прокат та онлайн-платформи.

Значну роль у цьому процесі відіграють фестивальні інституції, які виступають не лише культурними подіями, але й важливими майданчиками дистрибуції та популяризації документального кіно. Одним із ключових фестивалів у цьому контексті є Docudays UA International Human Rights Documentary Film Festival, який протягом понад двох десятиліть формує середовище розвитку української документалістики. Фестиваль виконує кілька функцій: презентацію нових фільмів, професійну комунікацію між режисерами та продюсерами, а також просвітницьку діяльність, спрямовану на формування глядацької культури сприйняття документального кіно [4].

Крім того, в Україні з'являються нові тематичні фестивалі, що реагують на сучасний історичний контекст. Зокрема, фестиваль Cinema for Victory, започаткований у Києві, зосереджується на документальних фільмах, присвячених російсько-українській війні та її соціальним наслідкам. Подібні культурні події не лише сприяють поширенню аудіовізуальних творів, але й виконують важливу функцію формування культурної пам'яті та міжнародного інформаційного впливу [2].

Окрім фестивальної циркуляції, дедалі більшого значення набуває онлайн-дистрибуція документальних фільмів. В Україні функціонують цифрові платформи, що забезпечують легальний доступ до аудіовізуального контенту, серед яких особливу роль відіграє Takflix, що спеціалізується на показі українського кіно. Також документальні фільми поширюються через великі стримінгові сервіси, зокрема MEGOGO, Sweet.TV та міжнародну платформу Netflix. Цифрові медіа значно розширюють потенційну аудиторію документалістики та створюють нові економічні моделі її монетизації.

У цьому контексті документальне кіно починає функціонувати як елемент ширшої економіки креативних індустрій. Як зазначає Зоя Алфьорова, сучасні трансформації українських креативних індустрій відбуваються під впливом російсько-української війни, що стимулює розвиток нових моделей фінансування, дистрибуції та цифрової комунікації. Зокрема, активізується використання грантових програм, краудфандингових платформ та міжнародних фондів підтримки культурних проєктів. Вчена зазначає, що цілеспрямована підтримка Українським культурним фондом художніх ініціатив, як програмно національних, допомагає зміцнити патріотичні почуття та підтримує народний спротив. У межах цієї логіки аудіовізуальна сфера стає одним із рушіїв переходу креативних індустрій до цифрових моделей існування,

що відкриває нові можливості для просування культурних продуктів на глобальному ринку [1].

Таким чином, документальне кіно в Україні поступово інтегрується у систему креативних індустрій, де поєднуються культурні, соціальні та економічні функції. Хоча комерційний потенціал документалістики у традиційному прокаті залишається обмеженим, розвиток фестивальної інфраструктури, цифрових платформ та міжнародної підтримки сприяє формуванню альтернативних моделей дистрибуції та монетизації. Документальне кіно в сучасній Україні функціонує як багатовимірний культурний феномен. Воно є одночасно інструментом фіксації історичних подій, формою культурної рефлексії та складовою креативної економіки. Фестивалі, онлайн-платформи та міжнародні культурні програми створюють інституційну інфраструктуру, яка дозволяє документалістиці не лише зберігати художню автономію, але й поступово інтегруватися в економічні механізми сучасних креативних індустрій.

Список використаних джерел

1. Алфьорова З. Зміни в креативних індустріях України в контексті російсько-української війни. *Митець. Мистецтво. Споживач. Зміна диспозиції:* зб. матеріалів Міжнарод. наук.-практ. інтернет-конф., Київ 26 червня 2024 р. Київ: ІК НАМ України, 2024. С. 57–61.

2. Зінченко М. У Києві розпочався фестиваль документального кіно *Cinema for Victory* / Detector.media. 2025. URL: https://detector.media/infospace/article/238584/2025-02-26-u-kyievi-rozpochavsya-festyval-dokumentalnogo-kino-cinema-for-victory/ (дата звернення: 05.03.2026).

3. Копієвська О.Р. Тематизація культурних практик у науковому дискурсі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. Київ: Міленіум, 2019. № 1. С. 64–69.

4. Міжнародний фестиваль документального кіно про права людини *Docudays UA* / Docudays.ua. 2026. URL: https://docudays.ua/projects/ (дата звернення: 05.03.2026).

УДК 316.7:316.64:008

ІСТОРИЧНА ПАМ’ЯТЬ І КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Ченцова А.О., здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Берковський В.Г., кандидат історичних наук, doktor nauk humanistycznych,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: історична пам'ять, культура, національна ідентичність.

Історична пам'ять фіксує суспільно значущий досвід, а культура створює умови для його закріплення у свідомості поколінь. Саме тому пам'ять і культура становлять важливу основу національного самоусвідомлення та суспільної консолідації [2, с. 104–106; 6, с. 35–36].

Історична пам'ять є особливою формою колективної пам'яті, що охоплює процеси збереження, відтворення, інтерпретації та оцінювання минулого. На відміну від історії як науки, яка спирається на критичний аналіз джерел, доказовість і прагнення до об'єктивної реконструкції подій, пам'ять має більш виражений ціннісний і символічний характер. Вона не лише повідомляє про події, а й визначає, яке місце ці події посідають у суспільній свідомості, якими смислами вони наділяються та як використовуються у формуванні уявлення про спільне «ми» [4, с. 30–33]. У цьому сенсі історична пам'ять виступає не лише способом збереження знання про минуле, а й механізмом суспільного самовизначення.

Водночас історична пам'ять не існує поза культурним середовищем. Саме культура надає їй конкретних форм через мову, літературу, освіту, мистецтво, звичаї, ритуали, архіви, музеї, місця пам'яті та меморіальні практики. Через ці механізми минуле не залишається лише об'єктом наукового інтересу, а входить у повсякденне життя суспільства як чинник самоусвідомлення. Культурні форми роблять історичну пам'ять стійкою, доступною для міжпоколінної передачі та включеною в систему колективних цінностей. Саме завдяки культурі пам'ять набуває тривалості та перетворюється на основу ідентичності [3, с. 12–15; 5, с. 186–188].

Національна ідентичність формується через усвідомлення людиною своєї належності до спільноти зі спільною історією, культурною спадщиною та символічним простором. Вона не обмежується юридичним зв'язком із державою, а передбачає внутрішнє прийняття історичного досвіду народу як частини власної свідомості. Саме історична пам'ять забезпечує цей зв'язок між особою та нацією, оскільки через неї індивід долучається до колективного образу минулого, засвоює значущі для спільноти події, постаті й цінності. Завдяки цьому формується відчуття історичної тяглості, культурної спадкоємності та належності до національної спільноти [6, с. 35–36].

Особливого значення історична пам'ять набуває в умовах суспільних потрясінь, криз і воєн. У такі періоди звернення до минулого посилюється, оскільки суспільство шукає в історичному досвіді підстави для внутрішньої єдності, стійкості та опору. Пам'ять у цьому випадку виконує

не тільки пізнавальну, а й мобілізаційну функцію: вона зміцнює відчуття спільної долі, допомагає усвідомити цінність державності та культури, актуалізує образи боротьби, втрат і перемог. Саме тому питання збереження культурної спадщини, архівів, бібліотечних фондів і пам'яток культури безпосередньо пов'язане із захистом національної ідентичності [1, с. 193–198].

Важливим механізмом передачі історичної пам'яті є освіта. Через шкільне та університетське навчання відбувається системне ознайомлення молодого покоління з історичним минулим, культурною спадщиною та національними цінностями. Освіта не лише передає факти, а й формує історичне мислення, здатність до критичного осмислення подій, розуміння зв'язку між минулим і сучасністю. У такий спосіб вона стає одним із провідних інструментів закріплення історичної пам'яті та розвитку національної самосвідомості [3, с. 12–16]. Через історичну освіту суспільство відтворює власний культурний код і формує громадян, здатних усвідомлювати своє місце в історичному розвитку країни.

Не менш важливою є й динамічна природа історичної пам'яті. Вона не є застиглою системою уявлень, а постійно змінюється під впливом нових історичних обставин, суспільних запитів і культурних практик. У сучасних студіях пам'яті наголошується, що пам'ять формується через суспільну комунікацію, медіа, освітні процеси, культурні тексти та символічні репрезентації [4, с. 34–38]. Це означає, що національна ідентичність також не є статичною: вона постійно оновлюється через переосмислення минулого. Проте саме ця здатність до оновлення робить пам'ять дієвим ресурсом збереження нації, оскільки вона дозволяє поєднати історичну тяглість із відповіддю на сучасні виклики.

Важливу роль у формуванні національної ідентичності відіграє також взаємодія пам'яті й сучасного суспільного досвіду. Історична пам'ять не лише звернена в минуле, а й активно впливає на теперішнє, формуючи суспільні оцінки, моделі солідарності та уявлення про майбутнє. Через пам'ять суспільство визначає, які сторінки історії є визначальними, які постаті стають символами, а які події — моральними орієнтирами. Унаслідок цього історична пам'ять стає важливим чинником не лише культурного, а й громадянського та політичного самовизначення [5, с. 188–190; 6, с. 36–37].

Отже, історична пам'ять і культура є основою національної ідентичності, оскільки саме вони забезпечують збереження історичного досвіду, його символічне оформлення та передачу від покоління до покоління. Історична пам'ять формує уявлення про спільне минуле, а культура створює механізми його закріплення в суспільній свідомості. Їхня взаємодія зміцнює почуття належності до нації, забезпечує історичну тяглість і культурну самобутність, а також сприяє суспільній консолідації. Саме тому дослідження пам'яті та культури є необхідною умовою для

розуміння процесів формування національної ідентичності в сучасному українському суспільстві.

Список використаних джерел

1. Берегельська А. Проблеми збереження та захисту архівів, бібліотечних фондів й інших об'єктів культурної спадщини в умовах війни. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2023. № 69. С. 193–214.
2. Борейко Ю. Г., Федотова Т. В. Історична пам'ять як символічна репрезентація минулого. *Перспективи. Соціально-політичний журнал*. 2023. № 1. С. 104–109.
3. Галуха Л. Розвиток історичної освіти як чинник стабілізації національної ідентичності в Україні. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. № 81(1). С. 12–19.
4. Ілін В. Memory studies: від пам'яті до забуття. *Проблеми всесвітньої історії*. 2020. № 12. С. 30–44.
5. Кузьмінець Н., Стадник О., Букіна Т. Вплив історичної пам'яті українців на події сьогодення. *Українські історичні студії*. 2023. № 14(56). С. 185–196.
6. Руденко Ю. Інтеграційний потенціал історичної пам'яті в контексті формування консолідаційної моделі національної ідентичності. *Вісник Національного технічного університету України. Політологія. Соціологія*. *Право*. 2020. № 2(46). С. 34–39.

УДК 008:338.45
ORCID 0009-0005-1613-9888

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕСТАВРАЦІЙНОЇ СФЕРИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Щербина Д. С., здобувач вищої освіти
Данник К.О., кандидат культурології, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: культурна спадщина, фахівці-реставратори, культурно-пізнавальний туризм.

Сучасний етап розвитку української культури характеризується викликами, спричиненими повномасштабною збройною агресією Російської Федерації. Культурна спадщина України, як матеріальне втілення національної ідентичності та історичної пам'яті, опинилася під прямим ударом. Станом на кінець 2025 року, за офіційними даними Міністерства культури та стратегічних комунікацій, внаслідок бойових дій пошкоджено або повністю зруйновано понад 1685 пам'яток культурної

спадщини.[5] У таких умовах питання збереження та актуалізації об’єктів культури переходить із площини суто мистецтвознавчого дискурсу в стратегічну площину національної безпеки та сталого розвитку територій.

Ефективна реалізація стратегій відновлення неможлива без потужного інституційного та, перш за все, кадрового забезпечення. У сучасному глобалізованому світі культурна спадщина перестає сприйматися виключно як об’єкт статичного збереження чи музейної консервації. Вона трансформується у потужний актив креативних індустрій, що формує національну ідентичність, стимулює розвиток культурно-пізнавального туризму та створює додану вартість у секторі послуг. Сучасний туризм базується на автентичності та естетичній привабливості об’єктів, стан збереженості яких безпосередньо залежить від кваліфікації фахівців-реставраторів. Кадровий ресурс галузі є не просто технічним персоналом, а стратегічним активом, що забезпечує життєздатність об’єктів показу та функціонування «економіки вражень».

Актуальність даного дослідження зумовлена гострою потребою в аналізі реального стану підготовки майбутніх реставраторів, які мають стати головними суб’єктами фізичного відродження української культури та відновлення туристичних потоків у поствоєнний період. Без фахової реставрації туристичні локації втрачають свою цінність, що призводить до занепаду локальних економік. Проблема сьогодні полягає не лише у пошуку фінансових ресурсів, а й у критичному дефіциті кваліфікованих кадрів, здатних здійснювати наукову реставрацію відповідно до міжнародних стандартів. Будь-яка стратегія актуалізації пам'яток залишатиметься нереалізованою, якщо галузь не матиме достатньої кількості спеціалістів, здатних підготувати об’єкт до безпечного та візуально експозиційного показу.

Метою роботи є комплексний аналіз кадрового потенціалу реставраційної сфери на основі поточної статистики здобувачів освіти та обсягів державного замовлення для визначення перспектив сталого розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні.

Практичне втілення планів зі збереження культурних активів потребує аналізу того, як готують фахівців. Важливим етапом модернізації мистецької освіти стало ухвалення Постанови Кабінету Міністрів України №1021 від 30.08.2024 р., яка внесла корективи до переліку галузей знань і спеціальностей.[3] Згідно з цим документом, відбулося стратегічне оновлення структури підготовки фахівців, що дозволило чіткіше розмежувати компоненти реставраційної діяльності в межах оновленої галузі знань. Таке нормативне уточнення є обґрунтованим, оскільки воно сприяє відходу від застарілої моделі загальної художньої підготовки та дозволяє сфокусувати освітній процес на технологічних, хімічних та історико-мистецьких аспектах відновлення пам’яток. Це створює передумови для підготовки фахівців-реставраторів, здатних працювати з

пошкодженнями об’єктів національної пам'яті та забезпечувати їх належну туристичну презентацію.

Для оцінки реального стану галузі було проведено аналітичний розрахунок на основі моніторингу ліцензованих обсягів та фактичних показників зарахування у провідних закладах вищої освіти (ЗВО) України, що здійснюють підготовку за реставраційними освітніми програмами.[4] За результатами аналізу встановлено, що сумарна кількість здобувачів у ключових осередках (ЛНАМ, НАОМА, ХДАДМ, ЗАМ, ЛДАКМ, КДАДПМД) є критично малою для задоволення потреб держави. Розподіл наведено в таблиці:

№	ЗВО	Спеціальність	Спеціальність	Освітня Програма	Кількість здобувачів		
					бакалавр	магістр	всього
1	НАОМА	В4 Образотворче мистецтво та реставрація	023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація	Реставрація скульптури та творів декоративно-ужиткового мистецтва	9	0	9
2				Реставрація творів станкового й монументального живопису	49	10	59
3	ЛНАМ			Реставрація творів мистецтва	61	8	69
4	ЗАМ			Реставрація творів мистецтва	31	0	31
5	ЛДАКМ			Образотворче мистецтво та реставрація	9	0	9
6	ХДАДМ			Реставрація та експертиза творів мистецтва	16	0	16
7	КДАДПМД			Реставрація	0	0	0
							193

Таб.1

З огляду на чотирирічний цикл навчання, можна зробити висновок, що щорічно ринок праці поповнюють лише 45–50 випускників. Це створює критичні ризики для туристичної галузі: без достатньої кількості фахівців швидке відновлення пошкоджених об'єктів стає неможливим, що гальмує запуск нових туристичних маршрутів та розвиток внутрішнього туризму.

Водночас, аналіз звітних даних щодо результатів вступних кампаній, оприлюднених на офіційному сайті Державного агентства України з питань мистецтв та мистецької освіти, дозволив відстежити динаміку державної підтримки галузі. На основі огляду звітності було встановлено, що після початку повномасштабного вторгнення спостерігається поступова адаптація обсягів державного замовлення до потреб воєнного часу. Проте, незважаючи на позитивні зрушення у державній політиці, поточні показники прийому на навчання все ще не покривають реальний кадровий дефіцит у реставраційній сфері.[1]

Попри складність ситуації, існують позитивні приклади синергії освіти та практики. Одним із таких є грантовий проєкт UAx, що об’єднує

українські мистецькі заклади з європейськими інституціями.[2] Це дозволяє:

1. Обмінюватися досвідом та сучасними методами роботи.
2. Залучати іноземних експертів для швидкого навчання молодих українських кадрів.
3. Працювати за міжнародними стандартами, що робить українські пам’ятки зрозумілими та привабливими для іноземних інвесторів і майбутніх туристів.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що саме поєднання цілеспрямованої підтримки з боку держави, збільшення бюджетних місць для навчання та використання міжнародного досвіду (як у проєкті UAx) є вірним шляхом до створення професійної спільноти. Це дозволить підготувати фахівців, здатних не лише зберегти пам'ятки, а й повністю відновити туристичну привабливість України на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. Мистецька освіта: аналітичні звіти та вступна кампанія. Державне агентство України з питань мистецтв та мистецької освіти : офіційний сайт. URL: https://arts.gov.ua/mysteczka-osvita/ (дата звернення: 18.03.2026).
2. Платформа UAx: солідарність та підтримка мистецької освіти в Україні. ELIA - European League of Institutes of the Arts. URL: https://elia-artschools.org/page/UAx (дата звернення: 20.03.2026).
3. Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти та фахової передвищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 № 1021. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF (дата звернення: 18.03.2026).
4. Реєстр суб'єктів освітньої діяльності: Єдина державна електронна база з питань освіти. URL: https://registry.edbo.gov.ua/ (дата звернення: 18.03.2026).
5. Через російську агресію в Україні постраждали 1685 пам’яток культурної спадщини: офіційний сайт. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. 2026. URL: https://mcsc.gov.ua/uk/news/monitoring-poshkodzhen-kulturnoyi-spadshhyny (дата звернення: 18.03.2026).

ПОЛІТИЧНА СИМВОЛІКА В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ФУНКЦІЙ ТА МЕХАНІЗМІВ ВПЛИВУ

Колесник С., здобувач вищої освіти

Науковий керівник – Захожай З., кандидат історичних наук, доцент,
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Політика неможлива без комунікації. Політична комунікація стала одним із напрямків дослідження сучасної політичної науки. Зокрема, науковці приділяють увагу вивченню політичних символів, які відіграють суттєву роль у процесах легітимації влади, формування колективної ідентичності, мобілізації громадян. Сучасна цифрова трансформація суспільства докорінно змінює характер політичної комунікації, зумовлюючи необхідність переосмислення ролі символів у новій інформаційній реальності.

Класичне визначення поняття «символ» належить Дж. Холлу [6], який вказує на те, що символ – це розпізнавальний знак, умовний код, образ, який втілює певну ідею, є «сигналом» для членів певної групи людей.

Практично всі політичні актори, як зазначають дослідники [2], мають свою унікальну символіку, яка об'єднує, впливає на індивідуальну та масову свідомість громадян.

В епоху диджиталізації відбувається активна передача інформації саме за допомогою символів, оскільки існує тенденція зменшення та спрощення текстової частини інформації, разом з тим, зростає значення її візуального оформлення, зокрема, через графічні елементи, колір тощо. За цих умов політична символіка перестає бути виключно інструментом офіційної державної репрезентації та набуває мережевої, фрагментованої та динамічної природи.

Теоретичні основи дослідження політичної символіки закладені в класичних працях М.Вебера [7], який розглядав легітимність влади як процес символічного визнання, Е.Дюркгейма [4], що трактував символ як елемент сакралізації соціальної єдності, К.Гірца [5], який інтерпретував політику як систему культурних значень. У концепції П.Бурдьє [1] політична боротьба постає як суперництво за право визначати легітимні смисли та нав'язувати суспільству певне бачення реальності, тобто за володіння символічною владою.

Політична символіка функціонує через знаки, образи, кольори, гасла, ритуали, що закріплюються у масовій свідомості.

Аналіз наукової літератури дозволяє стверджувати, що у традиційних політичних системах символіка виконувала три основні функції: легітимаційну – закріплення авторитету влади через історичні, національні та культурні коди; ідентифікаційну – формування межі між «своїми» та «чужими»; мобілізаційну – стимулювання політичної участі. З появою мас-медіа символи стали поширюватися централізовано через телебачення та друковані ЗМІ, що забезпечувало контрольованість і відносну стабільність їх значення.

У цифровому суспільстві відбулась децентралізація виробництва

символів, за якої кожен політичний актор, як груповий так і індивідуальний, має потенційну можливість створювати політичний контент. Такими політичними акторами виступають політичні партії інші політичні інститути політичної системи, громадянське суспільство, окремі політичні діячі. Популярність політичного символу залежить від сталості позицій політичного актора, від політичної ситуації та може змінюватись протягом короткого часу. Посиленню ролі символів сприяє розвиток мем-культури, яка, за словами Д.Денета [3, с. 208], використовує мем як комплексну ідею, вплітаючи його у політичну комунікацію для спрощення передачі інформації від влади до її цільової аудиторії [2, с.200]. Величезну роль у поширенні політичних символів відіграє їх емоційна забарвленість, яка може підсилювати мобілізаційний потенціал суспільства, але водночас сприяє його поляризації та спрощенню політичного дискурсу.

Диджиталізація зумовлює й те, що політичні символи дедалі частіше пов'язуються з конкретними політичними лідерами, а не з інституціями. Відбувається зміщення акценту з програмних положень на образи, що апелюють до емоційної сфери.

Особливого значення політична символіка набуває в умовах війни. Вона стає інструментом консолідації суспільства та міжнародної комунікації. Цифрові платформи дозволяють миттєво транслювати національні символи на глобальному рівні, формуючи міжнародну підтримку. Водночас, Україна стає об'єктом інформаційних атак, де символіка використовується як інструмент інформаційного впливу, дезінформації та маніпуляції.

Символ у цифрову епоху характеризується швидкістю поширення, емоційністю та залежністю від глобальних інформаційних потоків.

Отже, у сучасному інформаційному середовищі відбувається процес інтенсивної символізації політики. Йдеться про цілеспрямоване конструювання значень, у межах якого політичні актори через спеціальні комунікативні технології формують, трансформують і закріплюють у масовій свідомості певні образи, інтерпретації та смислові акценти з метою здобуття або підтримання влади.

Список використаних джерел

1. Бурдьє П'єр, Вакан Лоїк. Рефлексивна соціологія. Частина II: Чиказький воркшоп / Переклад з англ. Анастасії Рябчук. Київ: Медуза, 2015. 224 с.

2. Куриленко А. В. Значення символу для легітимації політичної влади в контексті діалогу влади та громадянського суспільства. *Politology bulletin*. 2021. Iss. 87. С. 194-205. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pv_2021_87_16.

3. Dennett D. Consciousness Explained. New York, Boston, London: «Back Bay Books», 1991. S. 218.

4. Durkheim E. Primitive Forms of Religious Life. New York: Free Press,

1995. 464 p.
5. Geertz K. Interpretation of Cultures. New York: Basic Books, 1973. 470 p.
6. Hall J. Dictionary of subjects and symbols in art. London : J. Murray, 1979. 349 p.
7. Weber M. Economy and Society: Essays on Understanding Sociology. Berkeley: University of California Press, 1978. 1469 p.

СЕКЦІЯ
СЦЕНІЧНЕ МИСТЕЦТВО
В ПРОСТОРІ СУЧАСНИХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ:
ВІД ТРАДИЦІЙ ДО ПЕРФОРМАНСУ

ПЕРФОРМАТИВНІ ПРАКТИКИ В ТУРИЗМІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ ТЕРНОПОЛЯ В ТЕАТРАЛЬНУ СЦЕНУ

Ванюга Л.С., кандидат мистецтвознавства, професор,
завідувач кафедри театрального мистецтва
заслужений діяч мистецтв України
Бажанов М.Л., доцент, доцент кафедри театрального мистецтва,
заслужений артист України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

У сучасних дослідженнях розвитку територій (зокрема у працях О.В. Жегус [1], М.В. Михайлової [2] та ін.) зазначається, що сталий розвиток регіонів неможливий без ефективного маркетингового інструментарію. Проте сьогодні ми спостерігаємо перехід від класичного маркетингу до перформативних практик, де event-маркетинг стає не просто рекламою, а способом перетворення міського середовища на живий арт-простір.

Імідж території – це не лише набір характеристик, а цілеспрямований образ. У контексті туризму цей образ найшвидше трансформується тоді, коли місто починає «грати» роль. Як зазначає Кріс Фейр [3], сильний бренд допомагає конкурувати, але саме перформанс дозволяє подолати застарілі стереотипи, перетворюючи статичне провінційне місто на динамічну театральну сцену під відкритим небом.

Тернопіль має унікальний досвід використання мистецьких проектів для ревіталізації міського простору. Тут вулиці, парки та острови перетворюються на театральні підмостки, де глядач (турист) стає співучасником дійства.

«Тернопільські театральні вечори. Дебют»: цей фестиваль — пряма маніфестація трансформації простору. Відроджуючи традиції театру Леся Курбаса, захід виносить театральну естетику за межі класичної сцени. Міжнародний статус фестивалю (участь театрів з Польщі, Шотландії, Сербії) перетворює Тернопіль на транскордонний театральний хаб, де історична пам'ять міста актуалізується через сучасну гру.

«Faine Misto Fest» - це яскравий приклад іммерсивного туризму. Використання таких локацій, як острів «Чайка», аеропорт чи іподром, демонструє, як периферійні або технічні зони міста трансформуються у «фестивальне місто в місті». Тут міський простір піддається карнавалізації: він на кілька днів стає територією вільного самовираження, що кардинально змінює сприйняття Тернополя як «Файного міста» — не просто топоніма, а культурного міфу.

Мистецький фестиваль «Ї»: Фестиваль перетворює кав'ярні, бібліотеки та вулиці міста на майданчики для літературних перформансів та дискусій. Це приклад того, як «сучасні інструменти територіального брендингу» (за В. Ігнатьєвою) працюють через створення інтелектуальних інфоприводів. Місто стає текстом, який туристи та містяни «читають» під час презентацій та вуличних читань.

«Jazz Bez»: Джазовий марафон, що об'єднує десятки міст України та Польщі, перетворює Тернопіль на частину великої європейської музичної сцени. Це не просто серія концертів, а створення особливої «атмосфери місця» (genius loci), де музика змінює ритм міського життя, роблячи його частиною глобального культурного процесу.

Окремим, надзвичайно перспективним напрямом трансформації міського простору Тернополя в театральну сцену є антропоцентричні перформативні практики, зокрема — костюмовані екскурсії. Вони дозволяють не просто отримати інформацію про місто, а «прожити» його різні епохи через візуальні та наративні образи.

Завдяки залученню професійних акторів та краєзнавців у строях відповідних епох (від середньовічних лицарів Leliwa до вишуканої шляхти часів Австро-Угорщини), міський простір Тернополя перестає бути статичним набором архітектурних пам'яток. Вулиця Валова чи Театральний майдан перетворюються на «живі декорації», де екскурсовод у ролі бургомістра чи світської дами минулого століття стає медіатором між часами.

На відміну від класичної лекції, костюмована екскурсія використовує елементи імерсивного театру. Туристи стають не просто слухачами, а «гостями епохи». Це створює потужний емоційний зв'язок із територією, що є критично важливим для формування позитивного іміджу міста.

Для Тернополя особливо актуальними є сюжети, пов'язані з:

- засновниками міста (Яном Тарновським) — що підкреслює оборонний та лицарський характер раннього міста;

- золота доба Тернополя кінця XIX – початку XX ст., що апелює до європейського контексту та вишуканості міської культури;
- епоха «Файного міста», джазу та кав'ярень, що ідеально корелює з сучасними фестивалями на кшталт «Jazz Bez».

Аналізуючи мистецькі івент-проєкти Тернополя, можна стверджувати, що трансформація міського простору в театральну сцену є найефективнішою формою сучасного туризму. Перформативні практики не просто приваблюють інвестиції, вони оживляють простір, роблячи його привабливим «тут і зараз».

Для Тернопільщини це шлях від «транзитного пункту» до статусу креативного центру, де кожен завулок може стати місцем для нової мистецької події.

Список використаних джерел

1. Жегус О. В. Маркетинг сталого розвитку територій: монографія. Харків: ХДУХТ, 2019. 342 с.
2. Михайлова М. В. Маркетинговий інструментарій в управлінні розвитком територій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство . 2021. Вип. 36. С. 84-89.
3. Chris Fair. Place Branding and Placemaking Trend. *Resonance Consultancy*. 2023. URL: resonanceco.com

ТАНЦТЕАТР ДЖОНА НОЙМАЙЄРА НА СЦЕНІ І В КІНО: ТВОРЧІЙ МЕТОД, ПРИКЛАДИ РЕЖИСУРИ І ТАНЦЮВАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ЙОГО ОКРЕМИХ ВИСТАВ

Погребняк М.М., доктор мистецтвознавства, професор,
професор кафедри естрадного мистецтва
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Минуло вже більш ніж 100 років з моменту виникнення явища сучасного авторського танцтеатру. Але, й досі залишається актуальною необхідність теоретичної підтримки митців і навчального процесу у галузі нових явищ хореографічного мистецтва, нових ідей хореографів, зокрема одного з найвідоміших представників світового сучасного балету Джона Ноймайєра. Проблемам теорії та історії сучасного танцтеатра і нових напрямів театрального танцю XX–XXI ст. присвячені нечисельні праці західних дослідників: Джека Андерсон, Дон Макдонах, Ендрю Марк Вентинк, Агнесса де Міль, Ізі Парш-Бергсон, Еврістін Стодел, Маринелла Гваттеріні та інших. Але поза межами їхніх наукових розвідок залишається творчість Джона Ноймайєра. Український вчений Олександр Чепалов на

сторінках своєї монографії торкається драматургійної складової балетів Джона Ноймайєра [3, с. 221–248]; а Марина Погребняк робить порівняльний аналіз авторських версій хореографічної драми «Дама з камеліями» у постановці Дж. Ноймайєра і Аніко Рехвіашвілі [2, с. 253–254]. Виявлення творчого методу балетмейстера Джона Ноймайєра, аналіз режисури і танцювальної складової його вистав на сцені і в кіно залишається поза межами зазначених наукових розвідок, що і є метою даної статті. Авторкою використано такі методи дослідження: джерелознавчий; біографічний, включеного спостереження; стильового аналізу балетів.

Джон Ноймайєр, балетмейстер Франкфурктського балету, відшукував героїв своїх вистав у світовій літературі, міфології, музиці. За його словами, він намагався «активно експериментувати у напрямку так званого «симфонічного танцю», який дозволяє знайти засіб розповідати історії, близькі до сучасного життя, до молоді». Загалом він спробував утримати жанр «великого балету» на плаву [3, с. 222].

«Танцтеатр», як мистецька форма, зумовила на початку ХХ ст. остаточне вивільнення театру танцю з інституціального зв’язку з оперою. Як зазначає П. Паві, «у танцювальному театрі на відміну від звичайного театру, який використовує танець, рухи та хореографію, танець «залучається як театральний ефект» … Танцювальний театр використовує всі інгредієнти театральної постанови: введення текстів, які виголошують, читають або вимовляють з-поза сцени; надання значення хореографії, речам, костюмам, ретельна координація всіх сценічних матеріалів» [1, с. 511].

У творчій спадщині балетмейстера: авторські версії відомих класичних балетів («Лебедине озеро», «Спляча красуня», «Жизель», «Лускунчик», «Попелюшка», «Дафніс і Хлоя»); танцсимфонії на музику Г. Малера («Третя симфонія» Малера; «Шоста симфонія» Г. Малера; «Єпілог»); сучасні сюжетні балети, зокрема за мотивами відомих драматичних творів («Дама з камеліями», «Ромео і Джульєтта», «Отелло», «Дон Жуан», «Пер Гюнт», «Русалочка», «Трамвай "Бажання"» та ін.); вистави на релігійні теми та духовну музику («Реквієм» В. А. Моцарта, «Легенда про Йосипа» Р. Штрауса, «Месія» Генделя-П’ярта, «Страсті за Матфеєм» та ін.). У сфері інтересів хореографа – весь історичний діапазон світової літератури: від біблії, античної трагедії та середньовічних саг до сучасної драматургії та поезії [3, с. 223].

Відповідно набувають популярності також фільми-балети Джона Ноймайєра. Фільм-балет – особливий жанр кінематографічного мистецтва, що комбінує художні засоби кіно з художніми засобами власне балету. Фільм-балет є оригінальною кінорежисерською роботою, здійсненою павільйонними, або натурними зйомками із застосуванням різноманітних кінооператорських технік, прийомів монтажа і таке ін. з можливою участю драматичних акторів. У фільмографії Джона Ноймайєра можна побачити

фільми: «Дама з камеліями» (Die Kameliendame, Гамбурзький балет, 1987-й р.); «Легенда про Йосипа» (Josephs Legende, Гамбурзький балет, 1991 р.); «Ілюзії як "Лебедине озеро"» (Illusions like «Swan Lake», Гамбурзький балет, 2001 р.); «Смерть у Венеції» (Der Tod in Venedig, Гамбурзький балет, 2003-й р.); «Страсті за Матфеєм» (Matthäus-Passion, Гамбурзький балет, 2005-й р.); «Сильвія» (Паризька національна опера, 2006-й р.); «Дама з камеліями» (La Dame aux Camelias, Паризька національна опера, 2008-й р.); «Русалочка» (Балет Сан-Франциско, 2011-й р.); «Різдвяна ораторія» Баха (2015-й р.); «Проєкт Бетховен» (2018-й р.); «Скляний звіринець» (2019-й р.).

Виявлено, що особливостями творчого методу Джона Ноймайєра є те, що чисельні його лібретто пов'язані з шедеврами світової літератури Евріпіда, Мольєра, О. Дюма, Г. Ібсена, Т. Манна та інших. Головним у виборі літературного твору, за словами балетмейстера, є наявність поміж рядків того, що можна виразити танцем. А головним у виборі музиці – та, що пробирає до глибини душі, щоб виникло бажання встати і рухатися разом з нею. Дж. Ноймайєр чує сюжет в музиці. Для нього головна відправна точка для створення художнього образу – емоція. Балетмейстер сам складає музичну партитуру своїх вистав (музика сучасних класиків, романтиків, авангардистів); найчастіше він сам є сценографом, художником по костюмам і світлу, знаходячі для кожного сюжету особливі фарби. За його словами, митець повинен мати своє особливе відчуття світу; чути свою особливу музику». Джон Ноймайєр впевнений, що у мистецтві є головним те, що ми відчуваємо, а не те що ми конструюємо за допомогою логічних висновків. І досить важлива для нього правдивість того, про що він говорить.

Розглянемо особливості режисури і танцювальної складової на прикладі окремих вистав балетмейстера.

Постановку Дж. Ноймайєра «Дама з камеліями» (2008-й р.) на музику Ф. Шопена можна умовно назвати «дуетною виставою» за переважання в ній дуетної форми класичного і неокласичного танцю головних героїв і кордебалету.

В першому акті – дует зустрічі Маргарити і Армана; у другому акті – любовний дует; у третьому акті – дует спочатку «сварки», а потім пристрасних стосунків, вирішені засобами неокласичного танцю з використанням трансформованих підтримок у «падаючі пози», партерних і повітряних підтримок, обводок з «вільним» корпусом і «вільною» пластикою рук.

Трагічна доля куртизанки XIX ст. протягом усього балету перекликається з долею куртизанки XVIII ст. Манон, хореографічний текст, що розкриває її художній образ, і образ її численних залицяльників побудований на лексиці класичного танцю.

У композиції цієї вистави Дж. Ноймайєр використовує виразні засоби танцтеатру. А саме: пластичну гру акторів у сцені аукціону,

влаштованого у квартирі померлої куртизанки Маргарити Готьє, на якому розпродаються меблі і особисті речі хазяйки, а також у сцені візиту месьє Дюваля до Маргарити; режисерський прийом «театр в театрі» в сцені присутності Маргарити на виставі балету «Манон Леско», у якому відома куртизанка XVIII ст. обманює Де Гріє з численними залицяльниками (ця історія є лейтмотивом усього спектаклю). У побудові мізансцен і композиції танцю: прийом «стоп кадру», коли головні герої Маргарита і Арман поєднуються в «дзеркальній позі» з героями балету «Манон Леско», що посилює асоціації глядачів стосовно перенесення долі танцівників на головних героїв; прийом асиметрії і антиунісону під час одночасності розгортання подій; паралельного монтажу сценарного матеріалу (Маргарита танцює у парі на фоні діючого танцювального ансамблю або Герцог шукає Маргариту на фоні ансамблю танцюючих на балу) і контрастного монтажу (Прюданс і Гастон у живому романтичному танці показують захопленість один одним, а Маргарита і Арман ведуть спокійну бесіду) [7; 2, с. 253].

У «Отелло» балетмейстер будує поліфонічну структуру з великою кількістю пластичних характеристик методом паралельного монтажу. Використовує різні стильові напрями танцю. Наприклад, «шляхетні венеціанці» розмовляють мовою класичного танцю; також у цьому стилі Отелло дає відповідь сенату. Поряд існує історико-побутовий танець мореска; пластична акторська гра в уповільненому, розтягнутому темпі – в Адажіо Отелло і Дездемони. Цікавий режисерський прийом «поетичного двійника» і прийом контактної імпровізації використовує Дж. Ноймайєр для візуалізації внутрішнього образу головних героїв. Так, разом з Дездемоною виникає її двійник – Примавера в оточенні грацій, яка розкриває свої почуття «вільним» імпресіоністичним танцем; а поряд зі шляхетним Мавром – його двійник екзотичний дикун, пристрастна хореографія якого побудована засобами експресіоністичного танцю з виразними стрибками, обертами, джазовими підскоками і кроками [6].

«Страсті за Матфеєм» на музику І. С. Баха – балет-симфонія розігрується в атріумі собору і оповідає про події Страстного тижня та Воскресіння Христового. Вистава має свою оригінальну сценографію: невеликий задрапований поміст – Голгофу. Довгі лави перетворюються на зловісні ланцюги для Христа. Оголеність тіла Христа символізує його істинну людську природу, здатну до страждання заради спасіння людства. Хореографічний текст побудований з використанням побутової пластики (штовханням Христа та ін.); пластичної акторської гри (розп'яття Христа, тощо); експресіоністичного танцю. У танці кордебалета балетмейстер використовує прийом асиметрії і антиунісону. Сценографію доповнюють статичні фігури артистів кордебалету, які виразно розміщені на сходинках храму і періодично вступають в рухому дію [5].

«Проєкт Бетховен» – створений в ювілейний рік композитора. Перші сцени вистави присвячені біографії Л. Бетховена; частина між першою і

другою має назву «Інтермеццо» на музику Л. Бетховена до балета «Прометей», а в другій половині вистави «Героїчна» – хореографічні сцени на музику Третьої симфонії композитора. В цій виставі Джон Ноймайєр є балетмейстером, художником по костюмам та з освітлення, декоратором. Хореографія дуетної форми (контактної і безконтактної) побудована виразними засобами неокласичного танцю. Сценографію доповнює рухома пластика та акторська гра кардебалету за принципом контрапункту [4].

Оскільки кліпове мислення стало сьогодні популярним, окремі сцени балетмейстер робить свідомо довгими. Наприклад, в першій сцені «Русалочки» для балетмейстера дуже важливо, щоб глядачі проникли в той світ, де зміниться русалочка. Для Ноймайєра ця казка про її автора Х. Андерсона. Сенс задуму вистави Ноймайєра полягає в тому, що у фіналі починається новий етап, а саме творець і його творіння продовжують життя у Вічності.

Таким чином, з аналізу балетів на сцені і в кіно Джона Ноймайєра виявлено: по-перше – особливостями творчого методу балетмейстера є: 1) створення балетів великої форми, лібретто більшості з яких пов'язані з шедеврами світової літератури; а балетмейстер одночасно є декоратором, художником по костюмам та з освітлення; 2) використання так званої «небалетної музики»; 3) оригінальні прийоми монтажу сценарного матеріалу та вирішення мізансцен і сценографії з активним залученням масового кордебалету. По-друге, використання: виразних засобів різних стильових напрямів театрального танцю, пантоміми, прийомів контактної імпровізації, акторської гри для створення різноманітних художніх образів; створення дуету-діалогу з використанням нестандартних пластичних рішень; таких режисерських прийомів як «театр в театрі», «стоп кадру»; прийомів в композиції танцю – антиунісон, асиметрія, паралельність розгортання подій, контрапункт.

Список використаних джерел

1. Паві П. Театр (Танцювальний). *Словник театру* / пер. з франц. М. Якубяк. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2006. С. 510–512.
2. Погребняк М. М. Нові напрями театрального танцю XX – початку XXI ст.: історико-культурні передумови, крос-культурні зв’язки, стильова типологія : монографія. Полтава : ТОВ «Прінтмакс», 2021. 330 с.
3. Чепалов О. Хореографічний театр Західної Європи XX ст. : монографія. Харків : ХДАК, 2007. 344 с.
4. Beethoven Project – Ballet by John Neumeier : веб-сайт. URL: https://youtu.be/WXTIPTKUvus?si=rbUWuGIaeljNTmCS (дата звернення 15.03.2026).
5. I S Bach Matthaus Passion BWV 244 Ballet von John Neumeier Teil 2 : веб-сайт. URL: https://youtu.be/4YzABkNBf5M?si=PxeqR9ShLdUuGUfN (дата звернення 16.03.2026).

6. Отелло : веб-сайт. URL: https://youtu.be/0cxQyWy-K7w?si=q742sCat5rA0f7H3 (дата звернення 17.03.2026).
7. The Lady of the Camellias : веб-сайт. URL: https://youtu.be/u29kfBhTCY0?si=SJHZzcn271nSN18D (дата звернення 5.01.2020).

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ: ТЕРАПЕВТИЧНА РОЛЬ ТА СУСПІЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Сомов Л.М., народний артист України, професор
кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

1. Повномасштабна війна як каталізатор арттерапевтичних практик. Російсько-українська війна, що триває з 2014 року і особливо інтенсифікувалася після 24 лютого 2022-го, призвела до масової психологічної травматизації українців. Понад пів року життя у воєнних умовах негативно впливає на психіку практично кожної людини, тож виникла нагальна потреба в засобах психологічної підтримки, зокрема через мистецтво. Це актуалізувало розвиток арттерапії - лікування мистецтвом, що здатне зцілювати душевні рани в умовах, коли традиційна медицина безсила.
2. Терапевтична роль театру в системі мистецької реабілітації. Театральне мистецтво виявилося ефективним інструментом подолання стресу та травми війни. Арттерапевтичні методики, зокрема драматерапія, сприяють вивільненню так званих «гормонів щастя» та поліпшенню емоційного стану людини. Наукові дослідження підтверджують, що розігрування травматичних подій у безпечному театральному просторі допомагає поступово опрацьовувати емоції, підвищує впевненість і оптимізм учасників. Театр забезпечує унікальну можливість групової терапії: колективний перегляд і переживання вистав формують відчуття спільності, протиставляючись ізоляції, яка часто супроводжує психологічну травму.
3. Трансформація місії українського театру під час війни. Війна зумовила переосмислення функцій театру в суспільстві. Сучасні українські режисери і театрознавці виокремлюють три основні місії воєнного театру: терапевтичну, документалістичну та розважальну. Перші дві є новими й складними для традиційної сцени, однак саме вони стають критично важливими у війні. Театр прагне не лише віддзеркалювати дійсність, але й свідомо впливати на неї, допомагаючи глядачам осмислити травматичний досвід і знайти емоційну підтримку. Уже сам факт, що театр продовжує діяти під час війни, має терапевтичний ефект для соціуму, адже

глядачеві важливо бачити, що культура і духовний опір тривають навіть у найскладніші часи.

4. Нові театральні форми як засіб лікування травматичного досвіду. У воєнний період на перший план виходять нетрадиційні, постдраматичні форми театру, орієнтовані на прямий діалог із пережитим досвідом. Форум-театр, плейбек-театр, лялькові терапевтичні вистави - ці практики активно застосовуються для психологічної реабілітації в Україні. Їхня суть полягає у залученні глядачів до спільного творення вистави: актори відмовляються від масок персонажів і звертаються до публіки від власного імені, часто інсценізуючи реальні історії зі життя аудиторії. Таке «усунення масок» створює потужний терапевтичний ефект і для глядачів, і для самих акторів, адже дозволяє щиро проживати емоції, розділяти біль і гнів, відчувати емпатію та підтримку спільноти.

5. Театр як чинник соціальної єдності та ідентичності. Український театр в умовах війни не лише лікує окремих індивідів, але й виконує широку соціокультурну місію - зміцнює національну єдність і патріотичний дух. Документальні постановки фіксують колективну пам’ять про війну, дають голос травматичному досвіду народу та сприяють осмисленню спільної мети - боротьби за свободу. Театр стає простором діалогу про цінності та ідентичність: актуалізується дерусифікація культурного простору, переосмислення спірних історичних постатей, утвердження української мови на сцені. Усе це допомагає глядачам відчути себе частиною згуртованої спільноти, яка спільно протистоїть викликам війни.

6. Нова гуманітарна проблематика XXI століття. Психологічні аспекти театрального мистецтва у війні постають як новітня наукова ніша, що потребує міждисциплінарного дослідження. Досвід повномасштабної війни в Україні яскраво продемонстрував потужний терапевтичний потенціал театру, однак науковий дискурс у цій галузі тільки формується. Вивчення ролі театру у подоланні воєнних травм і соціальних трансформаціях здатне збагатити як театрознавство, так і психологію та культурологію. Автор висуває тезу, що «театр війни» - особливе явище сучасної культури, яке варто розглядати як ефективний інструмент соціальної терапії та національної консолідації у XXI столітті.

Повномасштабна російсько-українська війна, що триває нині, призвела до небачених за масштабом випробувань для психологічного стану українського суспільства. За висновками фахівців, вже через пів року життя в умовах війни психічних травм зазнає фактично все населення країни. Сотні тисяч людей безпосередньо пережили бойові дії, окупацію, вимушене переселення чи втрату дому. Навіть поза зоною активних бойових дій щоденні стресові фактори - сирени повітряної тривоги, новини про руйнування та жертви - поступово підточують психічне здоров’я громадян. За таких обставин питання психологічної реабілітації виходить на перший план. Відповіддю суспільства на цю кризу стала активна

розбудова системи арттерапії - використання мистецтва як засобу зцілення травм війни.

Особливе місце у цьому процесі посідає театральне мистецтво. Театр традиційно вважається відображенням реального життя в художніх образах, але в умовах війни його роль значно розширюється. Українські театри опинилися перед подвійним викликом: з одного боку, війна різко обмежила їхню звичну діяльність, а з іншого - висунула нові завдання, пов'язані з потребами воєнного часу. У перші дні після вторгнення більшість театрів змушені були припинити показ вистав і перетворилися на волонтерські штаби та гуманітарні центри. Сценічні майданчики використовувалися як укриття і місця прихистку вимушених переселенців; актори та режисери вступали до лав територіальної оборони і ЗСУ. Ці фактично позамистецькі, громадянські кроки митців заклали фундамент нової соціальної місії театру - бути корисним своїй спільноті на полі бою і в тилу не тільки мистецтвом, але й прямою дією.

Втім, уже за кілька місяців війни стало очевидно, що театр може і повинен повернутися до свого основного інструменту - творчості - аби виконувати цю місію найефективніше. Театральні колективи, подолавши перший шок, почали відроджувати діяльність у нових формах. Війна принесла на українську сцену нові теми, жанри і підходи, актуалізувала терапевтичний потенціал театру. Психологічні аспекти театрального мистецтва у таких екстремальних умовах висуваються як надзвичайно актуальна проблематика. Її осмислення є новим завданням для науковців-гуманітаріїв, оскільки поєднує у собі кілька вимірів - мистецтвознавчий, психологічний, соціологічний, культурологічний. Метою цієї доповіді є аналіз терапевтичної ролі театру під час війни та тих суспільних трансформацій, які відбуваються завдяки театральному мистецтву у воєнний період. Спираючись на досвід українського театру в умовах повномасштабної війни, а також на сучасні українські й міжнародні дослідження, автор окреслює контури нового феномена - «театру війни» як інструмента арттерапії та соціальної консолідації.

Теоретичний аналіз: театр як терапія в умовах війни

Терапевтичний вплив мистецтва на людину визнається наукою вже не одне десятиліття. Ще у 1930-х роках вживано термін «art therapy» (мистецтво як терапія), що позначає методику лікування через творчість. Арттерапія охоплює різні види мистецтв - образотворче, музичне, танцювальне, літературне тощо - і покликана позитивно впливати на психічний та емоційний стан людини. Драматерапія (терапія драмою, театром) є одним із різновидів арттерапії, який використовує театральні засоби для психологічної допомоги. Наукові дослідження підтверджують ефективність таких підходів. Зокрема, міжнародний досвід роботи з ветеранами показав, що театральні постановки сприяють подоланню посттравматичного стресу: участь у драматичних інсценізаціях особистих історій підвищує рівень впевненості та оптимізму у ветеранів. Дослідники

пояснюють, що ігра та драматична роль створюють для травмованої людини безпечну дистанцію від власних переживань, дозволяючи поступово й обережно їх дослідити та переосмислити. Психологічне значення театральної гри відзначалося ще в кінці XX століття: так, Р. Джонсон описував, як «драматична гра дозволяє клієнту крок за кроком наблизитися до болючих переживань», а емоції, вміщені у структуру вистави, стають більш контрольованими і зрозумілими.

Важливо підкреслити, що терапевтичний ефект театру пов'язаний не лише з індивідуальною роботою актора чи глядача над емоціями, а й з колективною природою театрального дійства. Перегляд вистави - це завжди спільний досвід, який об'єднує аудиторію і творців у єдиному просторі переживань. Для ветеранів війни та цивільних, які пережили травматичні події, відчуття приналежності до спільноти є надзвичайно цілющим. Психологічні дослідження вказують на пряму залежність між рівнем посттравматичних симптомів і відчуттям самотності: ізольованість лише поглиблює травму. Натомість участь у групових терапевтичних заходах - до яких належить і театр - знижує рівень ізоляції та відновлює почуття підтримки. Американський проєкт DE-CRUIT, що застосовує методики класичної драми (зокрема, твори Шекспіра) для реабілітації ветеранів, побудований на принципі «декодування» військової психології через спільну театральну діяльність. Учасники такого тренінгу разом читають і розігрують сцени, пишуть власні монологи про пережите, виконують дихальні та голосові вправи - і все це у згуртованій групі побратимів по досвіду війни. Результати показують, що подібні програми не тільки допомагають опрацювати травматичні спогади, а й створюють середовище довіри і взаєморозуміння, де «ти більше не залишаєшся наодинці зі своїм болем».

Отже, теоретичне підґрунтя для використання театру як терапії є доволі міцним. Театр пропонує катарсичний ефект, відомий ще з часів античності: переживання сильних емоцій через мистецтво сприяє очищенню душевного стану. Сучасні психологічні теорії розвивають цю ідею. Згідно з концепцією канадського науковця Кейта Оатлі, художня розповідь і драма діють як симуляція життєвих ситуацій, дозволяючи глядачам і учасникам «програти» глибокі людські конфлікти та страхи в безпечному умовному форматі. Це немовби навчання емоціям: моделюючи на сцені кризові події, людина отримує досвід їх проживання і вчиться краще розуміти свої реакції. Шекспірівські трагедії, за Оатлі, - приклад такої потужної симуляції світу, яка пробуджує в глядача усвідомлення власних внутрішніх сил і ресурсів. Таким чином, драматична творчість здатна виконувати роль своєрідного тренування психіки, готуючи її до подолання реальних викликів.

В українській театральній спільноті останніми роками все частіше лунає думка про необхідність розширення традиційних рамок театру заради виконання його терапевтичної функції. Директорка Львівського

театру ім. Лесі Українки Ольга Пужаковська наголошує, що у час війни театр має три головні завдання: терапія, документування реальності та розвага. Причому саме терапевтична та документальна місії є новими і водночас найскладнішими для реалізації, адже вимагають від театру значного оновлення форм і підходів. Традиційна театральна освіта в Україні досі зосереджувалась переважно на класичному драматичному репертуарі і психологічному театрі акторської гри. Натомість «терапевтичні форми театру» - інтерактивні, імпровізаційні, документальні - досі лишалися на маргінесі професійної підготовки. Режисер Артем Вусик (засновник воєнного театру «Варта») зазначає: якщо театр хоче стати інструментом терапії та діалогу, він має навчитися нових методів взаємодії з глядачем. У першу чергу йдеться про пряме звернення до особистого досвіду - як актора, так і глядача. Форми на кшталт форум-театру та плейбек-театру передбачають саме таку взаємодію, виходячи за межі традиційної гри ролей. У них актори часто розповідають історії від себе, без посередництва вигаданого персонажа, або ж миттєво інсценізують історії, почуті від публіки. Подібні прийоми практично стирають межу між мистецтвом і реальним діалогом, перетворюючи виставу на акт спільної рефлексії над дійсністю. Як підкреслює Ірина Старовойт, дослідниця і модераторка дискусій про культуру під час війни, «театр - це не лише дзеркало, а й прожектор, який допомагає нам бачити далі». Тобто сучасний театр здатен не тільки відображати травматичний досвід, а й висвітлювати шлях уперед, пропонувати надію та сенс.

Узагальнюючи теоретичний аналіз, можна стверджувати: театральне мистецтво володіє унікальним поєднанням естетичного, емоційного та соціального впливу, що робить його надзвичайно дієвим засобом арттерапії під час війни. Воно одночасно залучає особистісний рівень переживань (через емпатію до персонажів, ототожнення з їхнім болем і боротьбою) та колективний рівень (через об’єднання людей у залі в єдиному емоційному пориві). На відміну від індивідуальної психологічної консультації, театр створює ефект масового «сеансу» психотерапії, коли десятки чи сотні глядачів разом проживають схожі емоції, відчуваючи себе частиною спільноти і усвідомлюючи, що вони не самотні у своїх переживаннях. Саме формування почуття підтримки, солідарності, «неспільної самотності», можна вважати головним лікувальним чинником театру в часи війни. До інших терапевтичних аспектів належать: катарсис через художнє переживання; можливість безпечного програвання травматичних ситуацій; витворення нових значень і наративів, що допомагають інтегрувати травму в особисту і колективну історію; а також елементарне психологічне розвантаження - сміх, відволікання, естетична насолода, які особливо потрібні людям на тлі щоденного стресу.

Практичні приклади з українського театру під час війни.

Український театральний простір за останні два роки надав численні приклади того, як сцена може лікувати і змінювати суспільство у відповідь

на воєнні виклики. Розглянемо кілька ключових напрямів і кейсів, що ілюструють терапевтичну роль театру та суспільні трансформації в цій сфері.

1. Театр як притулок і волонтерський центр.

З початком повномасштабного вторгнення багато українських театрів буквально переродилися у гуманітарні хаби. Наприклад, Львівський драматичний театр імені Леся Курбаса з перших днів війни надав своє приміщення для розміщення внутрішньо переміщених осіб, перетворившись на тимчасовий притулок для сотень людей. В інших містах актори організовували збір допомоги, плели маскувальні сітки, виступали з концертами для військових. Ця волонтерська діяльність митців стала важливим моральним стимулом для громади: театр у такий спосіб демонстрував єдність з народом, підтверджував свою потрібність тут і тепер. Хоча в цей період традиційних вистав не відбувалося, саме існування театру як згуртованого колективу, що діє на благо людей, мало потужний психологічний ефект. Воно підтримувало дух населення: люди бачили, що навіть хранителі культури стали на захист країни - значить, спільна мета варта боротьби до кінця. Такий практичний патріотизм заклав основу для подальшої терапевтичної взаємодії театру з суспільством, показавши, що театр - це не вежа зі слонової кістки, а жива частина народного організму.

2. Документування травми: нові теми та жанри воєнного театру.

Після вимушеної паузи українські театри почали поступово повертатися до творчої роботи, але їхній репертуар і форма змінилися радикально. Війна стала головною темою сцени - з’явилися десятки нових п’єс, постановок, перформансів, прямо присвячених воєнним подіям та їхньому впливу на людей. Це явище можна назвати «театр про війну», і воно має виразний терапевтичний вимір. Через художнє осмислення травматичного досвіду митці і глядачі спільно намагаються дати раду реальності, що болить.

Одним із жанрів, що активно розвиваються, став документальний театр. Він передбачає використання реальних свідчень, інтерв’ю, документів як матеріалу для постановки. Яскравий приклад - проект режисера Андрія Мая, який із 2014 року працює з документальними п’єсами про війну. У 2022-2023 роках Май в Німеччині поставив вистави «Про війну» та «Трибунал над Путіним», що базуються на реальних історіях і фактах війни. Ці постановки слугують двом цілям одночасно: доносять правду про російську агресію міжнародній аудиторії і дають самим учасникам (багато з яких - переселенці, біженці) можливість висловити наболіле. Терапевтичний сенс документального театру полягає у відкритому проговоренні травми: як зазначає режисер, щоб рухатися далі, нам усім потрібно чесно проговорити пережите. Коли на сцені прямо звучить правда про війну - без прикрас, без вигадки - глядач отримує шанс зіткнутися зі своїми власними спогадами і емоціями, побачити їх

відображення і, можливо, знайти шлях до їх прийняття. Документальні вистави створюють ефект сповіді й водночас хору голосів, де особиста біда стає частиною колективного досвіду. Це знімає стигму і відчуття ізольованості: людина розуміє, що її історія - одна з багатьох, її біль поділяють інші.

3. Реактивний театр: миттєва художня відповідь на події.

В умовах блискавичних змін війни народилася феноменально швидка форма театру, яку самі митці називають «реактивним театром». Вона полягає у максимально оперативному створенні вистав за мотивами реальних подій, мало не в режимі реального часу. Так, у Львові влітку 2022 року режисер Артем Вусик, евакуювавшись із Харкова, заснував незалежний театр «Варта», який ставить вистави лише про воєнну реальність. За перший рік війни «Варта» створила 7 постановок, і всі вони - на теми, продиктовані війною: «Перший день війни», «Херсон незламний», «Лютий», «Вона Війна» та інші. Цей театр фактично виник з потреби негайно осмислити шокуючі події, що відбуваються тут і зараз. Вусик зазначає, що публіка вимагає саме таких вистав - «гарячого» мистецтва, яке відгукується на новини фронту, втрати, перемоги, біль і гнів, не відкладаючи на потім». Така миттєва реакція на воєнні реалії має велике терапевтичне значення: вона дозволяє глядачам спільно проживати актуальні емоції. Наприклад, вистава Львівського театру ім. Лесі Українки «Imperium delendum est» (лат. «Імперію треба зруйнувати»), створена влітку 2022-го, стала своєрідним колективним криком люті та болю перших місяців вторгнення. У ній жіночий акторський ансамбль через експресивні монологи і тілесні перформативні номери виплеснув назовні ті почуття, що переповнювали українців - ненависть до агресора, горе втрат, відчай і жагу помсти. Поділитися цією необробленою емоцією з глядачем - значить розділити її тягар між усіма присутніми, зробити його трішки легшим для кожного. Глядачі на таких виставах плачуть і кричать разом з акторами, відчуваючи катарсис і полегшення від усвідомлення, що їхній гнів - природний, розділений іншими і трансформований у мистецтво. «Imperium delendum est» і подібні реактивні вистави виконують роль колективної психотерапевтичної сесії, де суспільство проживає свій біль у безпечному просторі театру.

Інший аспект реактивного театру - тематична актуальність і національна ідентичність. Наприклад, після переміщення трупи Маріупольського драмтеатру (уцілілих після бомбардування 16 березня 2022 р.) до Ужгорода, актори першою постановкою обрали виставу «Крик нації» про життя поета-дисидента Василя Стуса. Символіка цього вибору очевидна: Стус, видатний українець, який загинув у боротьбі проти радянської системи, став уособленням стійкості українського духу для переселенців з Маріуполя. Режисерка Людмила Колосович, очоливши відроджений театр, підкреслює, що колектив свідомо прагне бути першим ідеологічно українським театром Донеччини. Через звернення до постаті

Стуса вони не лише терапевтично опрацьовують власну травму (втрату дому, театру, колег), а й артикулюють важливий меседж: українська культура в цьому краї жива і матиме продовження, попри знищення будівлі та трагедію Маріуполя. Таким чином, відродження театру в евакуації та вибір репертуару стали актом культурної реабілітації і ствердження національної ідентичності. Глядачі - зокрема переселенці з Донбасу - на прем'єрі відчули гордість і надію, побачивши на сцені історію про героя-українця на рідній мові, в той час як їхнє рідне місто тимчасово окуповане ворогом. Театр у цьому випадку виступив «прожектором», що освітив можливе майбутнє - повернення додому з українською піснею і словом Стуса на устах.

4. Театр для дітей та сімей: відновлення через гру.

Особливо вразливою до психологічних травм є дитяча і підліткова аудиторія. Війна позбавила дітей нормального життя, стабільності, часто й домівки. Театральні митці України активно шукають способи допомогти наймолодшим пережити ці складні обставини. Тут важливу роль відіграє діяльність ляльковых театрів і спеціальних дитячих проєктів. У 2022 році Львівський театр «Варта» поставив для юної аудиторії зворушливу ляльковy виставу «Леся та Андрій зустрічаються у Львові», героями якої стали двоє дітей-переселенців: хлопчик з Харкова і дівчинка з Києва. Через просту і добру історію дружби, підкріплену гумором і надією, творці прагнули підтримати дітей, які опинилися далеко від дому. Ситуації, в які потрапляють персонажі, навмисно створені такими, щоб маленькі глядачі могли впізнати в них власні переживання - страх розлуки, мрію про повернення, прагнення допомогти батькам і армії. Позитивний настрій вистави, смішні епізоди і щасливий кінець виконують терапевтичну функцію: вони дарують дітям емоційне полегшення, відчуття захищеності і віри, що все буде добре. Дорослі глядачі (батьки), дивлячись цю виставу разом з дітьми, також отримують певний катарсис і надію, адже бачать моделювання перемоги добра над злом, дружби над війною. Подібні ініціативи вкрай важливі для психологічної реабілітації родин, оскільки гра і казка є найкращою мовою, якою можна говорити з дітьми про важкі речі.

Окремо слід згадати про проєкти, спрямовані на психосоціальну підтримку сімей військових та загиблих. В Україні впроваджуються творчі програми, що залучають до театральних дійств ветеранів, членів їхніх сімей - як аматорів. Наприклад, психологи і митці організовують спільні творчі майстерні, де вдів, матерів полеглих воїнів, їхніх дітей запрошують брати участь у постановках - співати, декламувати, розігрувати сценки. Досвід показує, що такі спільні заходи мають надзвичайно потужний терапевтичний ефект: люди різного віку і досвіду, об'єднані спільною втратою, у творчому процесі отримують змогу проговорити свій біль, вшанувати пам'ять близьких та знайти нових друзів і підтримку. Як зазначає Світлана Роготченко, проведення творчих зустрічей із воїнами та

сім’ями загиблих «гармонізує кожну окрему особистість» і сприяє їхньому душевному відновленню. Театр у даному разі виконує роль ритуалу спільного зцілення, де через пісню, поезію чи сценічну дію учасники трансформують свій сум і горе в художній образ, який розділяють з іншими. Це дає відчуття, що пам’ять про героїв жива, їхній подвиг має сенс, а їхні родини не залишились наодинці зі своїм горем.

5. Інтерактивні імпровізаційні театри: спільне проживання історій.

Окремим напрямом, що інтенсивно розвивається під час війни, є плейбек-театри та форум-театри на громадських засадах. Плейбек-театр - це форма імпровізаційного театру, де глядачі розповідають зі сцени реальні історії зі свого життя, а актори тут же, не готуючись, розігрують ці історії, відтворюючи емоції та ситуації у символічній формі. В Україні діяло кілька плейбек-колективів і до війни, але зараз ця практика набула нового значення як інструмент психологічної підтримки спільнот. Приміром, в м. Ізмаїл (Одеська обл.) плейбек-театр «Грані» продовжує працювати і під час війни - акторам доводиться ставити історії, продиктовані воєнним досвідом публіки. Глядачі, серед яких багато переселенців, діляться розповідями про перші дні вторгнення, про життя під обстрілами, про втрату домівки чи про волонтерство - всім, що їх хвилює зараз. Актори проживають ці історії разом з ними на сцені. Як зазначає Наталія Вайнілович, голова ГО «АРТ-плейбек», грати історії про війну - значить розділяти тягар емоцій з тими, хто їх пережив. Коли людина бачить свою розповідь інсценізованою, вона ніби збоку дивиться на власний біль - і це допомагає усвідомити, що цей біль розуміють інші. «Коли ти приносиш свою історію в плейбек, вона перестає бути тільки твоїм болем. Ти відчуваєш, що розділяєш його з тими, хто так само, як і ти, чув сьогодні сирену, читав про вибухи… І тобі стає трішки легше бути під час війни», - ділиться переживаннями учасниця такої вистави. Це квінтесенція терапії театром: спільно розділений емоційний тягар стає легшим для кожного.

Форум-театр працює подібно, але акцентується на розв’язанні соціальних проблем через гру. Під час вистави глядачі можуть втручатися в дію, пропонувати свої рішення конфліктних ситуацій, програвати альтернативні сценарії. У контексті війни форум-театри в Україні порушують не лише теми власне бойових дій, але й проблеми повсякденного життя в умовах війни. Наприклад, ГО «Театр змін» (м. Київ) у 2023 році презентувала виставу форум-театру «Справж_НІ», де піднімаються питання, близькі кожному українцю: як продовжувати працювати і творити під звуки сирен, як будувати стосунки з людьми поруч, як поєднувати буденність і волонтерство. Глядачі залучаються до обговорення цих проблем прямо під час дії, пропонуючи свої рецепти. Таким чином, театр стає майданчиком для соціальної терапії та пошуку шляхів адаптації. Люди обмінюються досвідом, підтримують одне одного

порадами і просто усвідомлюють, що їхні труднощі - спільні для багатьох. Це теж зменшує відчуття тривоги і безсилля.

Війна також стимулювала появу мішаних театральних форм, які поєднують елементи документального, імпровізаційного, класичного та перформативного театру. Часто такі вистави творяться у співпраці різних театрів і митців, об'єднуючи ресурси. Приклад - спільний проект Львівського академічного драмтеатру ім. Лесі Українки та харківського незалежного театру «Публіцист» - вистава «Вона Війна». Це моноспектакль, що складається з кількох новел про жінок на війні: волонтерку, військову, матір- переселенку тощо. Кожна історія показує інший досвід, проте разом вони утворюють цілісну картину, де стає очевидним: війна впливає на всіх, хоч і по-різному. Усвідомлення спільності долі українців - незалежно від того, на фронті людина чи в евакуації - виступає терапевтичним містком порозуміння між різними членами суспільства. Глядачі, що бачили виставу «Вона Війна», відзначали, що вона допомагає позбутися взаємних образ (скажімо, тилу на фронт чи навпаки), адже демонструє: кожен робить свій внесок, кожному болить і важко, але всіх об'єднує одна мета - перемога і мир.

Підсумовуючи, практичний досвід українського театру у 2022-2025 роках підтверджує висновки теорії: театральне мистецтво може «лікувати» суспільство в умовах війни, виконуючи як пряму терапевтичну, так і важливу соціальну функцію. Воно надає простір для колективного опрацювання травми, підтримує емоційний стан людей через співпереживання, сміх і сльози, допомагає адаптуватися до нових реалій, зміцнює віру в себе і спільноту. Театр під час війни в Україні переживає водночас переродження і випробування: з одного боку, він змушений змінитися, віднайти нові сенси та форми, а з іншого - він підтверджує свою невмирущість, здатність вистояти під ударами (навіть буквальними, як жахливий авіаудар по Маріупольському драмтеатру, що забрав життя сотень людей). Попри фізичні руйнування та матеріальні труднощі, українські театри продовжують народжувати змістовні постановки, доносячи до людей головне: ми разом, ми сильні, наше життя триває і наповнюється новими смислами - навіть крізь війну.

Досвід українського театру в умовах повномасштабної війни продемонстрував вагоме психологічне і соціальне значення театрального мистецтва. Театр виявився не лише відображенням трагічної дійсності, а й активним чинником, що впливає на цю дійсність, полегшуючи суспільний біль і наближаючи перемогу силою духу та єдності. На основі проведеного аналізу можна зробити такі підсумкові висновки:

Терапевтична роль театру у воєнний час є значною та багатовимірною. Театр виконує функцію арттерапії як на індивідуальному рівні (допомагаючи глядачам і учасникам опрацювати власні травми через співпереживання та гру), так і на рівні колективної психології (підтримуючи моральний дух суспільства, знижуючи відчуття самотності й

безнадії). Основний терапевтичний ефект театру полягає у формуванні відчуття спільності: людина, що переживає виставу про війну, усвідомлює, що вона не одна у своєму горі чи страху. Цей ефект підсилюється різними компонентами театрального дійства - від катарсису трагедії до сміху комедії - які у воєнні часи набувають додаткового значення емоційного «вентиля».

Український театр зазнав якісних трансформацій під впливом війни. Зміни відбулися як на змістовному (тематика, ідеологія), так і на формальному рівні (жанри, методи роботи). Репертуар театрів оперативно реагує на виклики доби: з'явилися документальні, публіцистичні, іммерсивні вистави про сучасну війну, що порушують найгостріші питання сьогодення. Водночас поширюються інноваційні формати - форум-театр, плейбек-театр, перформанси, інтерактивні імпрези - які розширюють межі традиційного сценічного мистецтва і долучають до нього нові аудиторії та учасників. Театр дедалі більше тяжіє до реального життя: митці звертаються до особистих історій, актуальних переживань, руйнують «четверту стіну» між сценою і залом. Ці процеси можна розглядати як становлення нового типу «воєнного» або «постдраматичного» театру, де справжній людський досвід є найціннішим рушієм творчості.

Театр став чинником суспільної консолідації та культурного опору. В умовах війни українські митці взяли на себе відповідальність не лише розважати чи просвіщати, але й підтримувати національний дух та сприяти єдності громадян. Театри активно долучилися до дерусифікації культурного простору: з афіш зникли російські назви, класичний репертуар переосмислюється через призму українських цінностей, відбувається пошук автентичних тем і героїв. Яскравий приклад - харківський театр «Нафта», який під час війни офіційно змінив назву на українську «Нафта» (замість рос. «Нєфть»), принципово відмовившись від будь-яких русизмів у своєму образі. Це символічний крок, що відображає ширший тренд: український театр очищується від колоніальних нашарувань і утверджує власну ідентичність, що є важливою складовою психологічної стійкості нації. Постановки про видатних українців, про історичну пам'ять, про мовне питання підносять настрій публіки, гуртують її навколо спільних цінностей і цілей. Відтак, театр на практиці довів слушність давнього гасла: «коли говорять Музи, гармати мовчать». Українська сцена, переживаючи лихоліття війни, продовжує говорити голосом правди і людяності, тим самим протистоїть ворожій пропаганді, зберігає критичне мислення суспільства і його віру в перемогу.

Психологічні аспекти театру під час війни - новий напрям наукового дослідження. Хоча вже накопичено чималий масив публікацій та аналітики про функціонування українського театру в 2014-2023 рр., багато питань залишаються відкритими. Сучасний науковий дискурс лише формується і потребує подальших студій. Зокрема, необхідно глибше дослідити ефективність різних театральних методик з погляду психології (наприклад,

порівняти вплив пасивного перегляду вистав і активної участі в імпровізаційних формах на психологічний стан учасників). Цікавим напрямом є вивчення довгострокових наслідків театральної терапії: чи сприяє вона стійкішій посттравматичній адаптації, зменшенню тривалості ПТСР тощо. Не менш важливим є культурологічний вимір: як «театр війни» впливає на національну пам'ять, яку роль відіграє в трансформації колективної ідентичності та громадянського суспільства. Український досвід може стати унікальним кейсом для світової гуманітаристики, адже поєднує в собі граничні виклики (повномасштабна війна на своїй території) і високий рівень мистецької рефлексії на них.

На завершення слід наголосити: театр у воєнний час - це більше ніж мистецтво. Український театр сьогодні - це і терапія, і документ, і розрада, і зброя культурного фронту одночасно. Його сцена стала майданчиком, де суспільство лікує свої рани, шукає відповіді на болючі питання і черпає сили жити далі. Театральне мистецтво, звертаючись до найтонших струменів душі, допомагає людям побачити світло в кінці тунелю війни. А отже, вивчення цього феномену - невід'ємна частина осмислення нашого історичного досвіду та побудови гуманітарного знання XXI століття.

Анотація українською

Психологічні аспекти театрального мистецтва в умовах війни: терапевтична роль та суспільні трансформації. У доповіді проаналізовано роль театрального мистецтва як засобу психологічної підтримки в умовах повномасштабної війни в Україні (2022-2025 рр.). Розглянуто теоретичні засади арттерапії та драматерапії, наведено сучасні українські та міжнародні дослідження, що підтверджують терапевтичний ефект театру (зокрема, у подоланні посттравматичного стресу). Виокремлено суспільні функції театру під час війни (терапевтичну, документалістичну, розважальну) та показано їх вплив на національну єдність і культурну ідентичність. На основі прикладів з українського театрального життя (документальні та інтерактивні вистави про війну, проекти з участю ветеранів і переселенців, діяльність плейбек-театрів тощо) продемонстровано, як театр виконує терапевтичну роль - полегшує колективну травму, створює відчуття спільності, допомагає адаптуватися до нових реалій. Відзначено, що війна спричинила трансформацію українського театру: з'явилися нові форми і теми, орієнтовані на прямий діалог з глядачем і осмислення травматичного досвіду. Тематика психологічних аспектів театру в умовах війни окреслена як нова перспективна проблематика в гуманітарних науках XXI століття, що потребує подальших міждисциплінарних досліджень.

Ключові слова: театр і війна, арттерапія, драматерапія, психологічна реабілітація, посттравматичний стрес, документальний театр, плейбек-театр, український театр, національна ідентичність, суспільна згуртованість.

Abstract in English

Psychological Aspects of Theatrical Art in Wartime: Therapeutic Role and Societal Transformations. This paper examines the role of theatrical art as a means of psychological support during the full-scale war in Ukraine (2022-2023). It outlines theoretical foundations of art therapy and drama therapy, and presents recent Ukrainian and international research confirming the therapeutic effects of theatre (in particular, its efficacy in alleviating post-traumatic stress). The study highlights the social functions of theatre in wartime (therapeutic, documentary, entertaining) and their impact on national unity and cultural identity. Drawing on examples from Ukrainian theatre practice - including documentary and interactive war-themed performances, projects involving veterans and internally displaced persons, and the activities of playback theatres - the paper demonstrates how theatre plays a therapeutic role by alleviating collective trauma, fostering a sense of community, and helping people adapt to new realities. It is noted that the war has transformed Ukrainian theatre: new forms and themes have emerged, oriented towards direct dialogue with the audience and reflection on traumatic experience. The issue of the psychological aspects of theatre in wartime is identified as a novel and promising subject in 21st-century humanities, requiring further interdisciplinary research.

Keywords: theatre and war, art therapy, drama therapy, psychological rehabilitation, post-traumatic stress, documentary theatre, playback theatre, Ukrainian theatre, national identity, social cohesion.

Список використаних джерел

1. Роготченко С. Арттерапія української війни. Історія. Початок // Художня культура. Актуальні проблеми, 2024. - Вип. 20(1). - С. 97-103. DOI: 10.31500/1992-5514.20(1).2024.306918.
2. Костинюк Л. Терапія театром: осмислення та переживання трагічного досвіду // Zbruc, 12.04.2023. - Режим доступу: https://zbruc.eu/node/115359.
3. Костинюк Л. Роль театрального мистецтва у часі війни // Zbruc, 12.04.2023. - Режим доступу: https://zbruc.eu/node/115133.
4. Цисельська О. Український театр в умовах російсько-української війни: історіографія питання // Питання культурології, 2025. - № 46. - С. 126-137. DOI: 10.31866/2410-1311.46.2025.348534.
5. Ali A., Wolfert S. Theatre as a treatment for posttraumatic stress in military veterans: Exploring the psychotherapeutic potential of mimetic induction // The Arts in Psychotherapy, 2016. - Vol. 50. - P. 58-65. DOI: 10.1016/j.aip.2016.06.004.
6. Balfour M., Westwood M., Buchanan M.J. Projecting into emotion: Therapeutic enactments with military veterans transitioning back into civilian life // Research in Drama Education: The Journal of Applied Theatre and Performance, 2014. - Vol. 19(2). - P. 165-181. DOI: 10.1080/13569783.2014.895614.

7. Якимюк І. "Розкажи свою історію": як на Одещині працює плейбек-театр // Суспільне Одеса, 19.03.2024. - Режим доступу: https://suspilne.media/709022-rozkazi-svou-istoriu-ak-na-odesini-pracue-plejbek-teatr/.

УДК 792.07:316.46:378.09
ORCID: https://orcid.org/0000-0000-0000-0000

ТЕАТРАЛЬНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ЯК ПЛАТФОРМА РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОЇ ТВОРЧОСТІ ТА МІЖІНСТИТУЦІЙНОЇ СПІВПРАЦІ

Трусова І.В., заслужений працівник культури України,
декан факультету культури і креативних індустрій
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: театральний фестиваль, молодіжна творчість, міжінституційна співпраця, креативні індустрії, сценічне мистецтво, виконавська самостійність, фестивальний рух.

Вступ. Сучасна парадигма розвитку мистецької освіти в Україні вимагає пошуку інноваційних форматів, які б органічно поєднували теоретичну підготовку з інтенсивною практичною реалізацією. У цьому контексті театральний фестиваль перестає бути лише демонстрацією творчих здобутків, перетворюючись на потужний інструмент стратегічного розвитку молодіжної творчості та розбудови міжінституційних зв'язків. Фестивалі виконують не лише мистецьку, але й освітню, комунікативну та інноваційну функції [5; 10]. Для факультету культури і креативних індустрій КНУТД це питання є особливо актуальним, оскільки інтеграція в європейський культурний простір потребує підготовки фахівців, здатних до гнучкої взаємодії в умовах мінливого ринку творчих послуг.

Важливим проявом активізації освітньо-мистецьких ініціатив є започаткування кафедрою сценічного мистецтва і культури Факультету культури і креативних індустрій КНУТД (завідувачка кафедри – Бурназова В. В., кандидатка педагогічних наук, доцентка) Всеукраїнського театрального фестивалю «Крізь терни до зірок», що проходитиме 10-16 травня 2026 року. Особливу роль у концептуалізації заходу відіграє народний артист України, професор кафедри сценічного мистецтва і культури Сомов Л. М. – ідейний наставник фестивалю та засновник ГО «Театральна біржа», що виступає ключовим стейкхолдером та стратегічним партнером університету. Цей фестиваль є логічним продовженням освітньо-практичної діяльності кафедри та спрямований на формування стійкої платформи розвитку молодіжної творчості, міжінституційної взаємодії та інтеграції у сучасний культурний простір.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика фестивального руху розглядається у працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, Д. Гетц визначає фестивалі як важливу складову подієвої економіки та культурної політики [10], а Б. Квін підкреслює їхню роль у розвитку міського культурного простору та креативних індустрій [11]. С. Виткалов аналізує фестивальний рух як культурний феномен сучасності та досліджує його регіональний вектор в Україні [5]. Х. Плецан доводить, що фестивалі є унікальними драйверами розвитку креативних індустрій, що спонукають до впровадження інновацій та активної міжсекторальної синергії [8]. Питання розвитку театральної культури України в соціокультурному вимірі висвітлює Є. Водяхін [6], а її понятійно-термінологічна систематизація здійснена у фундаментальному словнику О. Клековкіна, Ю. Бенті та С. Кулінської [7].

Теоретичне підґрунтя дослідження також базується на наукових доробках В. Бурназової, яка ґрунтовно досліджує феномен сценічної креативності та інноваційні освітні практики. Авторка розглядає музичне та сценічне мистецтво як «ресурс формування креативності майбутнього актора» [2], а технології гейміфікації – як інструмент трансформації акторсько-глядацької комунікації [3]. Її концепція «харизми викладача як драйвера культурного бренду закладу освіти» [4] безпосередньо корелює з місією фестивалю як простору репрезентації університету. Методичні засади розвитку виконавської самостійності [1] формують теоретичну основу для розуміння фестивалю як середовища творчої самореалізації студентської молоді.

Виклад основного матеріалу. Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що поєднує культурологічний, педагогічний та соціокультурний аналіз, а також методи порівняльного аналізу та кейс-стаді.

Театральний фестиваль створює умови для так званої «професійної проби», де студент-митець виходить за межі навчальної аудиторії. Спираючись на методичні засади В. Бурназової щодо виконавської самостійності [1], фестиваль постає як форма самореалізації, в якій молода людина апробовує власні інноваційні ідеї та відповідає за художній результат. Сучасні українські фестивальні практики – GogolFest, «Мельпомена Таврії», «Золотий лев» – демонструють ефективність інтеграції освіти, професійного театру та міжнародної співпраці [5].

Участь у фестивалях сприяє:

– формуванню сценічної ідентичності – молодь усвідомлює своє місце в національному мистецькому контексті та здобуває досвід позааудиторної творчої діяльності;

– апробації креативних технік – фестиваль стає лабораторією для перевірки сучасних методів гри, зокрема елементів гейміфікації та імпровізації [3], що є ключовими для сучасних креативних індустрій;

– розвитку м'яких навичок (soft skills) – комунікабельності, роботи в команді, стресостійкості під час конкурсних виступів.

Фестивальна платформа є унікальним місцем перетину інтересів різних інституцій – закладів вищої освіти, професійних театрів, державних органів влади та представників креативного бізнесу [8]. Міжінституційна співпраця у межах театрального фестивалю реалізується через:

– освітній обмін – проведення майстер-класів провідними фахівцями, зокрема експертами Українського культурного фонду [9];

– мережування (networking) – створення спільних творчих проєктів зі студентами різних ЗВО (Київ, Тернопіль, Миколаїв та ін.);

– розвиток професійної мобільності – фестиваль дозволяє учасникам безпосередньо оцінювати міжнародні стандарти якості театрального продукту та інтегруватися у європейський культурний простір.

Важливим аспектом є теоретична підготовка до практичних виступів. Прикладом успішної моделі є функціонування студентського наукового гуртка «Сценічний діалог» на кафедрі сценічного мистецтва і культури КНУТД. Робота в гуртку дозволяє студентам аналізувати фестивальні тренди, готувати концепції вистав та наукові доповіді, що забезпечує синергію науки і практики як ключову вимогу розвитку факультету культури і креативних індустрій.

Фестиваль «Крізь терни до зірок», ініційований кафедрою, реалізує цю модель комплексно: поєднує навчальну, творчу та комунікативну функції, сприяючи формуванню виконавської майстерності здобувачів освіти, становленню їхньої професійної ідентичності та активізації міжінституційних контактів.

Трансформація фестивальних форматів під впливом цифровізації відкриває нові можливості для міжінституційної взаємодії. Онлайн- та гібридні моделі, відеоверсії вистав, цифрові дискусійні платформи розширюють межі участі та дозволяють залучати закордонних партнерів. Цифрові дидактичні інструменти, зокрема технології VR/AR, набувають значення в контексті підготовки сценічних фахівців нового покоління [9].

Висновки. Театральний фестиваль у системі координат сучасного університету є не лише культурно-масовим заходом, а комплексною платформою, що забезпечує якісну трансформацію професійної підготовки майбутніх акторів та менеджерів культури; ефективну реалізацію міжінституційного партнерства на національному та міжнародному рівнях; впровадження наукових розробок у сфері сценічної креативності та гейміфікації у реальний сектор креативних індустрій.

Започаткування фестивалю «Крізь терни до зірок» кафедрою сценічного мистецтва і культури ФККІ КНУТД є прикладом сучасної моделі освітньо-мистецької взаємодії, що інтегрує освіту, науку і практику. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою механізмів оцінювання ефективності фестивальних практик, їхнього впливу на

професійну траєкторію випускників та трансформацією мистецької освіти в умовах цифровізації.

Список використаних джерел

1. Бурназова В. В. Методичні засади розвитку виконавської самостійності студентів музично-педагогічних факультетів у процесі інструментальної підготовки: дис. ... канд. пед. наук.: 13.00.02. Бердянськ, 2010. 235 с.
2. Бурназова В. В. Музичне мистецтво як ресурс формування креативності майбутнього актора: інноваційні освітні практики // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С. 84–87. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279
3. Бурназова В. Вплив технологій гейміфікації на акторсько-глядацьку комунікацію в контексті розвитку сучасного сценічного мистецтва. *Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського.* 2024. № 3 (64). С. 44–59. https://doi.org/10.31318/2414-052X.3(64).2024.314742
4. Бурназова В. Харизма викладача як драйвер креативності та культурного бренду закладу освіти. Неперервна педагогічна освіта XXI століття: зб. матеріалів XXIII Міжнародних педагогічно-мистецьких читань пам'яті проф. О.П. Рудницької. Вип. 9 (21). К.: Талком, 2026. 290 с., С.37-40. URL: https://ipood.com.ua/e-library/programi-i-zbirniki-materialiv/neperervna-pedagogchna-osvta-hh-stolttya---2026/
5. Виткалов С. В. Фестивальний рух як культурний феномен сучасності: аналіз регіонального вектора. *Культура України. Серія: Культурологія.* 2016. Вип. 52. С. 182–190. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura52/22.pdf
6. Водяхін Є. Українська театральна культура кінця XIX – початку XX ст. у контексті соціокультурних та ідеологічних трансформацій. *Молодий вчений.* 2023. № 5 (117). С. 19–23. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-5-117-4
7. Клековкін О. Ю., Бентя Ю. В., Кулінська С. М. *Театральна культура України: матеріали до історичного словника.* Т. 1: А–О. Ніжин: ПП «Лисенко М. М.», 2023. 728 с. https://doi.org/10.31500/978-617-640-663-1
8. Плецан Х. В. Фестивалі як драйвери розвитку креативних індустрій: історико-культурологічний підхід. *Питання культурології.* 2022. № 39. С. 194–209. URL: http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/256927
9. Трусова І.В., Бурназова В.В., Кочержук Д. В. Інноваційні стратегії цифрової дидактики мистецької освіти: інтеграція vr/ar і штучного інтелекту // Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : матеріали міжнародної конференції (18 листопада 2025 р., м.

Київ). – Київ : КНУТД, 2025. – Т. 1. – С. 193-198. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/32847/1/193-198-%d0%a21-%d0%9f1-%d0%a2%d1%80%d1%83%d1%81%d0%be%d0%b2%d0%b0%2b%d0%91%d1%83%d1%80%d0%bd%d0%b0%d0%b7%d0%be%d0%b2%d0%b0%2b%d0%9a%d0%be%d1%87%d0%b5%d1%80%d0%b6%d1%83%d0%ba.pdf

10. Getz D., Page S. J. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (4th ed.). Routledge, 2019. https://doi.org/10.4324/9780429023002

11. Quinn B. Arts Festivals and the City. *Urban Studies.* 2005. Vol. 42 (5–6). P. 927–943. https://doi.org/10.1080/00420980500107250

ORCID https://orcid.org/0009-0003-1008-9918

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СТВОРЕННІ ПОВНОМЕТРАЖНИХ ТА КОРОТКОМЕТРАЖНИХ ФІЛЬМІВ

Ардельян Л. М., заслужена артистка України,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій і дизайну

Ключові слова: фільм, кіновиробництво, штучний інтелект

В доповіді буде представлено огляд як короткометражних, так і повнометражних фільмів, значний вклад у створення яких було здійснено за допомогою штучного інтелекту починаючи з перших згадок у 2023 році і станом на 19 березня 2026 року.

На початку доповіді згадаємо американського режисера Гуру Джексона (Hooroo Jackson), який з 2023 почав створювати фільми, в тому числі і анімаційні, за допомогою штучного інтелекту. На прикладі його робіт, чудово видно прогрес якості створення відео та аудіо контенту. Першою його роботою була картина Window Seat [1], реліз якої відбувся 21 липня 2023 року. Згідно із заявою автора, бюджет виробництва склав 190 USD, а власне тривалість фільму 1 години 1 хвилина.

3 липня 2024 року відбулась прем’єра наступної роботи Г.Джексона — анімаційного 2D фільму DreadClub: Vampire’s Verdict [2], тривалість якого 1 година 28 хвилин, а бюджет 405 USD. В інтерв’ю [3] режисер говорив, що це перший анімаційний фільм ШІ та перший AI аніме художній фільм, що означає 100% його звучання, музика, анімація, відео, і виступи — це ШІ.

Найсвіжішою його роботою є Strings [4] — повнометражний фільм тривалістю 1 годину 14 хвилин у стилі фотореалізму. На момент опрацювання матеріалів інформації який був бюджет не було знайдено, але після ознайомлення із статею автора на його офіційній сторінці [5], можна

приблизно оцінити у 260 USD. Там же режисер відмітив, що Strings було створено за допомогою медіа генератора Kling.

Радимо ознайомитися із оглядом на роботу DreadClub: Vampire's Verdict [6], де звернуто увагу на різні аспекти, які актуальні для попередньо описаних фільмів, зокрема, із-за технічного обмеження в 3-5 секунд, режисеру доводиться робити часті зміни кадрів, другим недоліком є перевантаженість текстовою складовою, із-за чого картини дуже швидко втомлюють і перевантажують глядачів.

Найпершим коротким метром, створеним із значним залученням ШІ (генерація аудіо та відео ряду) вважають 12-ти хвилинний фільм The Frost [7] компанії Waymark, прем'єра якого відбулась 26 червня 2023 року, розширену 23-х хвилину версію опубліковано [8]. Фільм побудований за оригінальним сценарієм із використанням підходу генерації картинок-кадрів, переходи між якими анімувались з використанням нейронних мереж. Більш детально представлено тут [9-10].

Звернемо увагу на наступну роботу 50-ти художників-ентузіастів, які за допомогою різних підходів для генерації і обробки аудіо і відео контенту створили Our T2 remake [11] — некомерційний фанатський пародійний ремейк фільму Термінатор 2, як зазначено на офіційній сторінці проекту: "ця робота створена виключно для особистого задоволення цієї спільноти художників, з метою наукових досліджень штучного інтелекту, експериментів та для інших шанувальників франшизи TERMINATOR. Процес передбачав поділ фільму на 50 сегментів. Кожен художник відповідав за створення свого конкретного сегмента, і в кінцевому підсумку ці сегменти були об'єднані для створення остаточного фільму. Кожен художник дотримувався наших рекомендацій, щоб переконатися, що кожен твір був оригінальним витвором мистецтва."[13].

17 жовтня 2024 року відбулась прем'єра студії AiMation (Велика Британія) анімаційного 3D фільму Where The Robots Grow [12] тривалістю 1 година 27 хвилин, режисера/продюсера Tom Paton. ШІ застосовувався для генерації анімації, візуальних рішень, а от голоси персонажів — голоси акторів із певною обробкою. Інформації щодо бюджету не було нами знайдено.

Варто згадати, що у 2024 році TLC зробила трейлер короткометражного фільму Next Stop Paris[14], трейлер якої був повністю згенерований за допомогою ШІ включаючи сценарії і представлявся як погляд ШІ на людські стосунки. Пізніше він був перезнятий із залученням справжніх акторів на хромакеї [15].

Тепер перейдемо до робіт які вважаємо, що варто згадати, але доступ до яких на момент написання тез відсутній. Першою буде кооперація малайзійської студії Future Studios і сінгапурської FizzDragon у створенні китайського фільму 2025 року — Pirate Queen: Zheng Yi Sao [16]. Як заявляє команда творців, при створенні ШІ використовуватися для

генерації сцен та анімації, редагування сценарію, а також на пост-продакшині.

Наступною буде проект Critterz — повнометражний фільм, за підтримки OpenAI, в основному створений за допомогою генеративного штучного інтелекту [17]. Відмітимо, що команда сподівається, на дебют фільму на Канському кінофестивалі в травні 2026 року.

The Reunion Journey, перший китайський анімаційний фільм, створений повністю з використанням технологій штучного інтелекту, вийшов 28 лютого 2026 року, тривалість 1 година 34 хвилини, озвучка виконана акторами. На виробництво було затрачено всього 12 місяців [18].

Після ознайомлення можна зробити оптимістичний висновок, що на поки ШІ виступає в якості інструменту, а не повноцінної заміни групи кінотворців.

Список використаних джерел

1. Hooroo Jackson. Window Seat (2023) The First Fully AI Feature Film in the History of Cinema! // HD, 2023. _YouTube_. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WxVUxf1gcQw (date of access: 15.03.2026).
2. Hooroo Jackson. DreadClub: Vampire's Verdict (2024) - The First Fully AI Animated Feature Film in History!, 2025. _YouTube_. URL: https://www.youtube.com/watch?v=brQpbo8Vt0E (date of access: 15.03.2026).
3. Haberfelner M. An Interview with Hooroo Jackson, Director of DreadClub: Vampire's Verdict. _(re)Search my Trash_. URL: https://www.searchmytrash.com/cgi-bin/articlecreditsb.pl?hooroojackson(7-24) (date of access: 15.03.2026).
4. Hooroo Jackson. Strings – World Premiere (First AI Photoreal Live Action Passing Feature Film) | Randomized Ending, 2026. _YouTube_. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DHMk1yvUQ8s (date of access: 15.03.2026).
5. Strings and the Live-Action Passing Threshold - Hooroo Jackson. _Hooroo Jackson_. URL: https://hooroojackson.com/strings-and-the-live-action-passing-threshold (date of access: 15.03.2026).
6. The Verdict on the AI-Generated Film 'DreadClub: Vampire's Verdict' Is In - Book and Film Globe. _Book and Film Globe_. URL: https://bookandfilmglobe.com/film/the-verdict-on-the-ai-generated-film-dreadclub-vampires-verdict-is-in/ (date of access: 15.03.2026).
7. Rubin J. The Frost: Part Two - Trailer Reveal. _Home_. URL: https://waymark.com/post/the-frost-part-two-trailer-reveal (date of access: 15.03.2026).
8. Waymark. The Frost (2024) | Complete Film, 2025. _YouTube_. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DNyxZi9Gp_4 (date of access: 15.03.2026).

9. Short film as innovation format – new film created entirely with AI tools released | shortfilm.de. _shortfilm.de_. URL: https://www.shortfilm.de/en/kurzfilm-als-innovationsformat-neuer-komplett-mit-ki-tools-erstellter-film-veroeffentlicht/ (date of access: 15.03.2026).
10. Heaven W. D. Welcome to the new surreal: How AI-generated video is changing film. _MIT Technology Review_. URL: https://www.technologyreview.com/2023/06/01/1073858/surreal-ai-generative-video-changing-film (date of access: 15.03.2026).
11. Our T2 Remake. "OUR T2 REMAKE" A feature-length Artificial Intelligence Film, 2024. _YouTube_. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2upyv9tJCTM (date of access: 30.03.2026).
12. AiMation Studios. Where The Robots Grow | Full Movie | Family | Adventure | First Ai Feature Film | 2024 | 4K, 2024. _YouTube_. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3vfhIeNHhv4 (date of access: 15.03.2026).
13. "Our T2 Remake" A feature-length parody made entirely in A.I. _"Our T2 Remake" A feature-length parody made entirely in A.I._ URL: https://www.t2remake.com/ (date of access: 15.03.2026)
14. TCLtvplus. Next Stop Paris | Trailer | TCLtv+, 2024. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=KhQnnISdDIU (date of access: 15.03.2026).
15. TCLtvplus. Next Stop Paris | Short Film | TCL Studios, 2025. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Bqh0Pkj-JN0 (date of access: 15.03.2026).
16. Singapore-Malaysia production Pirate Queen: Zheng Yi Sao said to be world's first fully AI-generated movie. CNA Lifestyle. URL: https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/entertainment/singapore-malaysia-film-world-first-ai-generated-464031 (date of access: 15.03.2026).
17. Marcin T. OpenAI-backed, AI-created movie 'Critterz' looks to debut at Cannes. Mashable. URL: https://mashable.com/article/ai-movie-critterz-cannes-film-festival (date of access: 15.03.2026).
18. AI-animated panda tale centers on reunion theme. _Global Edition_. URL: https://global.chinadaily.com.cn/a/202602/11/WS698c477da310d6866eb38bb8.html#:~:text=Li%20Guanyu,%20the%20film's%20chief%20creator,%20explained,to%20public%20welfare%20initiatives%20supporting%20national%20reunification. (date of access: 15.03.2026).

УДК 7.071:65.012.4
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9678-8901

ХАРИЗМАТИЧНА ФАСИЛІТАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У ВИКОНАВСЬКИХ МИСТЕЦТВАХ

Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: харизматичне лідерство; сценічна тривожність; людський капітал; мистецький менеджмент; емоційна саморегуляція; організації виконавських мистецтв.

Сценічна тривожність є одним із найстійкіших і водночас найбільш парадоксальних феноменів у сфері виконавських мистецтв. З одного боку, страх сцени розглядається як психологічний бар'єр, що негативно впливає на якість виконання, професійну впевненість і стабільність творчої діяльності. З іншого – емоційне збудження перед виступом є невід'ємною складовою живої художньої практики, яка за певних умов може виконувати мобілізаційну функцію. Для мистецьких організацій та освітніх інституцій питання регуляції сценічної тривожності безпосередньо пов'язане з формуванням професійної надійності виконавців, якістю мистецького продукту та довгостроковою стійкістю людського капіталу.

В умовах сучасних культурних трансформацій і глобалізаційних процесів мистецька освіта зазнає системних змін, що впливають на вимоги до професійної підготовки та інституційної стійкості [5]. У такому контексті розвиток людського капіталу набуває стратегічного значення, а управління емоційними та психологічними ресурсами виконавців стає складовою довгострокової конкурентоспроможності культурних інституцій. Дослідження сценічної тривожності традиційно розвивалися в межах психології та музичної педагогіки, з акцентом на індивідуальні механізми подолання страху [3]. Паралельно в теоріях харизматичного та трансформаційного лідерства доведено значення емоційно залученого керівництва для підвищення мотивації, довіри та результативності діяльності [6; 7]. Проте у сфері мистецького менеджменту ці напрями рідко інтегруються в єдину теоретичну рамку.

Феномен харизми викладача в мистецькій освіті розглядається як чинник духовно-культурної ідентичності студентів та потужний педагогічний ресурс [1]. Взаємозв'язок між артистизмом і виконавською самостійністю майбутнього фахівця підкреслює значення харизматичної присутності педагога в процесі становлення виконавця [4]. Харизматичне лідерство в теорії менеджменту розглядається як форма впливу, що ґрунтується на емоційній залученості, довірі, натхненні та здатності формувати спільне бачення [6; 7]. У мистецькій освіті та професійних колективах лідерство реалізується через фасилітаційні практики – створення безпечного середовища для експериментування, підтримку індивідуального стилю, уважне ставлення до емоційних реакцій учасників. Харизматична фасилітація може бути інтерпретована як поєднання емоційного лідерства та управлінської підтримки, спрямованої на

зниження деструктивної тривожності та підвищення внутрішньої впевненості виконавців [8].

Емоційна саморегуляція є здатністю особистості усвідомлювати, інтерпретувати та керувати власними емоційними станами відповідно до вимог ситуації [10]. Помірний рівень тривожності може виконувати мобілізаційну функцію, підвищуючи концентрацію, увагу та сценічну присутність [10]. Теорія психологічної безпеки підкреслює, що люди ефективніше проявляють ініціативу, творчість та готовність до ризику в умовах довіри та підтримки [9]. Харизматична фасилітація може виступати фактором, що опосередковано впливає на емоційну регуляцію через формування психологічної безпеки – натхненна комунікація та індивідуальна підтримка створюють умови, за яких тривожність сприймається не як сигнал небезпеки, а як елемент сценічної енергії [1; 9].

У теорії менеджменту людський капітал розглядається як сукупність знань, навичок, компетентностей і психологічних ресурсів, що визначають конкурентоспроможність організації. У виконавських мистецтвах він поєднує технічну майстерність з емоційною виразністю та здатністю діяти в умовах невизначеності й публічного оцінювання. Комунікація актора зі слухачами і глядачами в процесі театрально-сценічної діяльності є ключовим виміром цього капіталу, що формується в освітньому середовищі [2]. Готовність до сценічної діяльності, що забезпечується в процесі інструментальної та виконавської підготовки, охоплює не лише технічні, а й психологічні компетентності [3]. У цьому контексті харизматична фасилітація може розглядатися як інструмент формування сприятливого організаційного клімату та зміцнення людського капіталу [7; 8].

Спираючись на теоретичний аналіз, пропонується інтегративна концептуальна модель, що поєднує харизматичну фасилітацію, психологічну безпеку, емоційну саморегуляцію та розвиток людського капіталу у сфері виконавських мистецтв. Модель має багаторівневу структуру: на індивідуальному рівні описує зв'язок між фасилітаційним стилем лідерства та механізмами емоційної регуляції; на груповому – роль психологічної безпеки як колективного клімату; на організаційному – пов'язує ці процеси з розвитком людського капіталу. У межах моделі сформульовано п'ять концептуальних пропозицій: харизматична фасилітація позитивно пов'язана з формуванням психологічної безпеки; психологічна безпека сприяє розвитку емоційної саморегуляції виконавців; емоційна автономія визначає спосіб інтерпретації тривожності; трансформація тривожності у творчу мобілізацію позитивно пов'язана з якістю виконання; систематичне впровадження фасилітаційних практик зміцнює людський капітал організації.

Практичне застосування моделі передбачає розвиток фасилітаційних компетентностей керівників і викладачів. Регулярні рефлексивні практики, конструктивний зворотний зв'язок та акцент на розвитку, а не лише на

оцінюванні результату, зменшують страх негативної оцінки [8]. Формування середовища, у якому помилки розглядаються як частина навчального й творчого процесу, зменшує деструктивний вплив тривожності та сприяє готовності до творчого ризику [9]. Системне впровадження фасилітаційних практик може також сприяти зменшенню професійного вигорання та утриманню талантів у мистецьких організаціях [2; 3].

Таким чином, запропонована концептуальна модель дозволяє переосмислити сценічну тривожність не як виключно індивідуальну психологічну проблему, а як феномен, що піддається управлінському впливу через відповідні лідерські практики. Інтегруючи теорії харизматичного лідерства та емоційної регуляції з концепцією людського капіталу, дослідження розширює поле мистецького менеджменту та окреслює нові перспективи для міждисциплінарного аналізу творчих організацій [5]. Харизматична фасилітація постає як потенційний стратегічний інструмент розвитку людського капіталу в мистецьких інституціях в умовах глобалізаційних викликів сьогодення [1; 4].

Список використаних джерел

1. Бурназова В. Феномен харизми викладача у процесі становлення духовно-культурної ідентичності студентів. Естетика і етика педагогічної дії. 2025. Вип. 32. С. 60-71. https://doi.org/10.33989/2226-4051.2025.32.347815

2. Бурназова В. Роль комунікації акторів зі слухачами/глядачами у процесі театрально-сценічної діяльності. Часопис Національної музичної академії України ім. П.І. Чайковського. 2024. № 2(63). С. 85-99. https://doi.org/10.31318/2414-052X.2(63).2024.310291

3. Бурназова В. Шляхи формування готовності майбутнього вчителя музичного мистецтва до сценічної діяльності у процесі інструментальної підготовки. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. 2023. Вип. 1. С. 210-217. https://doi.org/10.31494/2412-9208-2023-1-1-210-216

4. Бурназова В. Артистизм як один з чинників виконавської самостійності майбутнього вчителя музичного мистецтва. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. 2016. Вип. 3. С. 90–95.

5. Денисюк Ж. З. Мистецька освіта в умовах глобалізації та культурних трансформацій сучасності. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 1. С. 23-28.

6. Burns J. M. Leadership. New York : Harper & Row, 1978. 544 p.

7. Conger J. A., Kanungo R. N. Charismatic Leadership in Organizations. Thousand Oaks : Sage, 1998. 288 p.

8. Bass B. M., Riggio R. E. Transformational Leadership. 2nd ed. Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates, 2006. 282 p.

9. Edmondson A. C. Psychological Safety and Learning Behavior in Work Teams. Administrative Science Quarterly. 1999. Vol. 44, No. 2. P. 350-383.
10. Gross J. J. Emotion Regulation: Current Status and Future Prospects. Psychological Inquiry. 2015. Vol. 26, No. 1. P. 1-26.

ORCID 0000-0001-5872-9839
ORCID: 0009-0008-6176-6962

ІНТЕГРАЦІЯ МУЗИЧНО-ВИКОНАВСЬКИХ ТА АКТОРСЬКИХ ЗАСОБІВ БОГДАНА АНТКІВА У СЦЕНІЧНОМУ ВТІЛЕННІ РОЛІ НАЛИВАЙКО У ВИСТАВІ «НАЛИВАЙКО» НА СЦЕНІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО ОБЛАСНОГО МУЗИЧНО-ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ ІМЕНІ Т.Г.ШЕВЧЕНКА

Кирея М.В., доктор філософії, доцент,
доцент кафедри театрального мистецтва
Панасюк К.В., асистент кафедри театрального мистецтва
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Синтез музичних та акторських здібностей передбачає інтеграцію двох важливих аспектів — музики та акторської гри — для досягнення більш глибокого і виразного результату. Музика є засобом вираження емоцій, яка може підкреслювати настрій сценічної дії та створювати атмосферу вистави. Актори перевтілюються у своїх персонажів відповідно до твору автора та задуму режисера, практично володіють виразною мовою тіла, голосу, передають емоції через жест, погляд та міміку. При поєднанні акторських та музичних здібностей актор створює неповторний багатогранний образ.

Богдан Михайлович Антків протягом близько п’ятнадцяти років (1948–1962) був пов’язаний із Тернопільською театральною сценою, де реалізував себе як композитор, автор музичного оформлення значної кількості вистав репертуару, а також як актор, сценічні роботи якого набули статусу вагомого внеску в художню практику театру. У творчому доробку актора зафіксовано низку сценічних образів, зокрема Тараса Голоти у виставі «Правда», Гайдая («Загибель ескадри»), Забєліна («Кремлівські куранти»), Михайла Гурмана («Украдене щастя»), Софрона («Маруся Богуславка»), Гната («Безталанна») та Манеліка («Людина та вовк»), що засвідчує жанрово-рольову різноманітність його виконавської діяльності. Поданий перелік сценічних образів не є вичерпним щодо творчого доробку артиста. Кожна з виконаних ролей характеризується індивідуальною художньою виразністю та неповторною сценічною грою,

що відображає багатогранність акторської особистості Богдана Михайловича як митця.

У творчому портфоліо знаковою для Богдана Антківа стала роль Северина Наливайка у виставі «Наливайко» В. Грипича та В. Серпкова за І. Ле (режисер В. Грипич, художник С. Данилишин, музика Б. Антківа, хореограф М.Безкровний). П'єса «Наливайко» була поставлена у 1958 році на сцені Тернопільського драматичного театру імені Т.Г.Шевченка, в якій Богдан Антків відзначився як талановитий актор та театральний композитор. Саме до цієї вистави за проханням режисера Володимира Грипича Богдан Михайлович здійснив музичне оформлення. Розглядаючи мистецький доробок слід відмітити, що актор підходив до творчості з проєктним мисленням, застосовуючи цей підхід у музиці, театральному мистецтві та в тих галузях, де взаємодіяли музика і театр. Саме таке проєктне мислення і стало його відмінною рисою в мистецтві. Поєднання музичних і театральних складових у музичному оформленні вистав показує синтетичність мислення Богдана Антківа, де музика орієнтується на театральні елементи, а вистава підпорядкована законам музичного розвитку. Оцінюючи Б. Антківа як композитора, зокрема автора театральної музики, можна відзначити, що він проявив себе як кваліфікований професіонал з глибокою музичною підготовкою.

У книзі «Богдан Антків – лицар галицької сцени» Мирослава Пінковська у статті «До скарбниці Галицької театральної сцени» акцентує увагу, що Богдан Михайлович: «Від природи щедро обдарований, високий, шляхетної постави, з чудовим голосом і приязним усміхом, уже невдовзі він став провідним артистом і улюбленцем публіки. Зрозуміло, що головне амплуа Антківа тих часів – героїчно-романтичні персонажі. Театрали старшого покоління дотепер пам'ятають, як далекого 1957 року він майстерно зіграв роль ватажка козацьких повстань Наливайка. Про талановиту гру Богдана Антківа на тернопільській сцені писали не лише в місцевих газетах, а й у Львові та Києві» [1,11].

Богдан Антків ретельно опрацьовував музику до вистав, про що свідчать чернетки, які демонструють його творчий підхід: композитор свідомо працював над музичним матеріалом і формував музичну драматургію як окремих частин, так і всієї вистави в цілому. Майстер ретельно враховував свій досвід в ролях актора, режисера і музиканта-виконавця, поєднував між собою усі складові, щоб в майбутній виставі створити ансамбль. Постановка здобула значний резонанс серед глядацької аудиторії та театральної критики. Зокрема, у 1958 році на фестивалі «Перша українська театральна весна» в Києві Тернопільський театр був відзначений дипломом лауреата другого ступеня за виставу «Наливайко». Водночас музичний матеріал до цієї постановки, автором якого був Б. Антків, у його архівному фонді не зберігся.

Богдан Михайлович зіграв головну роль Северина Наливайка, відданого сина українського народу, одного з героїв його складної і багатої

історії. У ранньомодерній історії України повстання козацького ватажка Северина Наливайка розглядають як один із ключових етапів формування політичної ролі козацтва та передумову великих козацьких виступів XVII століття. Образ Наливайка як мученика й провідника народного спротиву закріпився не лише в козацьких літописах, а й у пізнішій романтичній та національній історіографії.

Сценічний образ Северина Наливайка у виконанні Богдана Антківа – глибоко народний, органічно пов'язаний із духовною сутністю українського народу. Актор наділив героя рисами, притаманними національному характеру, зокрема мудрістю, гуманністю, почуттям гумору та непримиренністю до зла. Така інтерпретація зумовлює внутрішню логіку поведінки персонажа в різних життєвих ситуаціях, особливо у трагічні моменти. У цьому контексті образ Наливайка в акторській грі Богдана Антківа постає як символ незламності та духовного безсмертя народу.

Слід відмітити, що художня цілісність постановки досягається завдяки збереженню традицій українського національного театру, органічному поєднанню реалістичних і романтичних засад, а також інтенсивному емоційно-образному наповненню сценічної дії. Особлива роль відводиться музично-хоровим елементам, які посилюють драматизм і сприяють формуванню епічно-трагічного звучання вистави.

Поєднання музичних і театральних складових у музичному оформленні вистав свідчить про синтетичний підхід мислення Богдана Антківа, де музика набуває театральних елементів, а сама вистава слідує принципам музичної організації. Найповніше цей підхід проявився в тернопільський період його роботи, коли він був актором, хормейстером, диригентом і автором музики до вистав.

Вистава «Наливайко» В. Грипича та В. Серпкова за І.Ле, режисера В.Грипича та роль Северина Наливайка, зіграна Богданом Антківим, по праву ввійшла в історію театрального мистецтва не лише Тернопілля, Галичини, а й усієї України.

Список використаних джерел

1. Богдан Антків - лицар галицької сцени. - Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2015. - 184 с. + іл. 48 с.

ТІЛО ЯК МЕДІУМ: РОЛЬ ПЛАСТИЧНОГО ТЕАТРУ В РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПЕРФОРМАТИВНИХ ПРАКТИК

Лацік Є., заслужений артист України,
доцент кафедри театрального мистецтва,

Небесна Ю. асистент кафедри театрального мистецтва,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

У епоху тотальної цифровізації та домінування візуального контенту, жива присутність тіла набуває особливої ваги. Сучасний театральний процес характеризується переосмисленням традиційних засобів сценічної виразності. Якщо в класичному драматичному театрі домінуючим був текст, то у XX–XXI століттях спостерігається поступове зміщення акценту у бік тілесності, візуальності та перформативності. Така трансформація пов'язана з розвитком постдраматичного театру, у якому головним стає не драматургічний текст, а сценічна подія як цілісний досвід. Тіло у цьому контексті функціонує як медіум — посередник між внутрішнім світом виконавця та глядачем. Воно не лише передає зміст, а й формує його у процесі дії. Рух, жест, ритм і фізична напруга створюють особливу мову, яка дозволяє комунікувати на рівні відчуттів та емоцій, минаючи раціональне осмислення.

Особливе місце у цьому процесі займає пластичний театр, який орієнтований на фізичну дію як основний засіб виразності. У ньому рух виступає не як ілюстрація тексту, а як самостійна драматургічна одиниця. Це дозволяє створювати сценічні форми, у яких сенс народжується безпосередньо у процесі виконання. Важливий вплив на формування пластичного театру мали практики Єжи Гротовського та Ежена Барби, які розглядали тіло актора як основний інструмент творчості. Гротовський, зокрема, наголошував на «оголеності» актора — його здатності через тіло відкривати внутрішню правду. Барба ж акцентував увагу на перед експресивному рівні тілесності — тих фізичних принципах, що формують сценічну присутність. У цьому контексті актор постає як перформер, який працює з власною тілесністю як з матеріалом для творчості.

Пластичний театр також суттєво вплинув на розвиток сучасних перформативних практик, зокрема фізичного театру, танцювального перформансу, іммерсивних та site-specific форм. Його принципи — пріоритет тілесної дії, увага до простору, ритму та присутності — стали основою для формування нових сценічних стратегій, у яких зміст народжується безпосередньо у процесі взаємодії виконавця з простором і глядачем. У цих практиках тіло є не лише інструментом комунікації, а й активним чинником створення події, здатним трансформувати сприйняття та емоційний стан аудиторії. Однією з ключових характеристик сучасного перформансу є руйнування традиційної дистанції між сценою і залом. Просторові межі стають умовними, а глядач дедалі частіше включається у структуру дії як співучасник. Така взаємодія передбачає не пасивне споглядання, а активне переживання, у якому важливу роль відіграє тілесний досвід. Комунікація відбувається на рівні співприсутності — через рух, ритм, енергію, напругу, які передаються безпосередньо від

виконавця до глядача, минаючи раціональні механізми інтерпретації. У цьому контексті перформативна дія набуває трансформаційного характеру: вона впливає не лише на емоційний стан, а й на спосіб сприйняття реальності. Глядач опиняється у ситуації, де межа між мистецтвом і життям частково стирається, а тілесна взаємодія стає основою для формування нового досвіду.

Крім того, тілесні практики набувають особливого значення у сучасному соціокультурному контексті. Вони можуть виступати засобом осмислення травматичного досвіду, формою рефлексії та навіть терапії. У ситуаціях, коли вербальна мова є недостатньою, тіло стає універсальним інструментом вираження. Важливим є також те, що тілесність у сучасному театрі виходить за межі суто естетичного виміру і набуває виразно екзистенційного характеру. Тіло перестає бути лише інструментом створення художнього образу і постає як носій індивідуальної та колективної пам’яті, досвіду, травм і культурних кодів, що проявляються через сценічну присутність. У цьому контексті воно функціонує як своєрідний «архів», у якому зберігаються як особисті переживання виконавця, так і ширші соціокультурні наративи. Тіло перформера ніколи не буває «нейтральним», адже воно завжди вже включене у систему значень, сформованих під впливом історичних, соціальних і культурних чинників. Кожен жест, рух чи навіть стан спокою несе в собі відбиток попереднього досвіду, тілесної пам’яті та середовища, в якому формувалася особистість. Саме тому сценічна тілесність стає простором, де перетинаються особисте й колективне, інтимне й публічне. У сучасних перформативних практиках це дозволяє тілу виступати не лише як засіб вираження, а як самостійне поле смислотворення. Через тілесну присутність актуалізуються теми ідентичності, травми, пам’яті та належності, що особливо загострюються в умовах соціальних потрясінь. Таким чином, тіло перформера стає місцем, де відбувається не лише художній акт, а й процес осмислення реальності.

Отже, пластичний театр відіграє важливу роль у розвитку сучасних перформативних практик, утверджуючи тіло як самостійний і повноцінний медіум художнього висловлювання. Його специфіка полягає у переосмисленні традиційних засобів сценічної виразності та зміщенні акценту з тексту на фізичну присутність, дію і процес. У цьому контексті трансформація ролі тіла призводить до зміни самої природи акторського існування: актор перестає бути лише інтерпретатором драматургічного матеріалу і постає як творець сенсів через власну тілесність. Зміни відбуваються і на рівні взаємодії з глядачем. Сучасні перформативні практики дедалі більше орієнтуються на досвід співприсутності, у якому глядач включається у подію не лише як спостерігач, а як співучасник. У такій взаємодії важливу роль відіграє саме тілесний аспект комунікації, який дозволяє виходити за межі раціонального сприйняття та апелювати до чуттєвого досвіду. Крім того, утвердження тіла як медіума відкриває

нові можливості для осмислення складних соціокультурних процесів. Через тілесність актуалізуються теми пам’яті, ідентичності, травматичного досвіду, що набувають особливої значущості у сучасному контексті. У цьому сенсі пластичний театр постає не лише як художня форма, а як простір рефлексії та переживання реальності. Таким чином, тілесність у сучасному театрі функціонує як універсальна мова, здатна передавати складні смисли та емоційні стани без опори на вербальний текст. Орієнтація на досвід присутності, процесуальність і чуттєвість визначає подальший розвиток перформативних практик, у яких тіло стає ключовим елементом художнього мислення.

РОЛЬ ХОРЕОГРАФІЧНОГО МИСТЕЦТВА В ФОРМУВАННІ СЦЕНІЧНОЇ ВИРАЗНОСТІ МАЙБУТНІХ АКТОРІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

Тараненко Ю.П., кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: сценічна виразність, хореографічна підготовка, акторська майстерність, пластична виразність, синтетичне мистецтво.

У сучасному мистецькому освітньому просторі особливої актуальності набуває проблема формування сценічної виразності майбутніх акторів як інтегративної професійної якості, що поєднує пластичність, емоційну чутливість, тілесну усвідомленість та здатність до невербальної комунікації. У цьому контексті важливу роль відіграє хореографічне мистецтво, яке виступає ефективним засобом розвитку сценічної культури особистості.

Хореографія як вид мистецтва синтезує рух, ритм, простір і емоцію, формуючи у майбутніх акторів здатність до тілесного самовираження. Засвоєння основ класичного, сучасного та імпровізаційного танцю сприяє розвитку координації, пластики, почуття ритму, а також формує навички роботи з тілом як основним інструментом сценічної діяльності.

Пластичну виразність у роботі актора, уміння володіти своїм тілом висвітлено в дослідженнях Б. Голубовського, А. Дрозніна, Г. Морозової, О. Немеровського, І. Рутберга та інших. Питання формування пластичної культури у майбутніх акторів засобами хореографії знаходимо в роботі Ю. Гончаренко та К. Кузьміна, теоретико-методологічні аспекти виразності в майстерності актора розкривали О. Абрамович і А. Кудренко, вплив хореографічного мистецтва на розвиток театральної справи України через історичний аспект висвітлював А. Лягущенко.

Сценічну виразність майбутніх акторів ми розглядаємо крізь призму їх хореографічної підготовки та визначаємо як інтегративну професійну якість, що формується в процесі опанування хореографічних дисциплін і

виявляється у здатності свідомо та художньо доцільно використовувати пластичні засоби (рух, позу, жест, ритм, простір) для створення переконливого сценічного образу. У цьому контексті сценічна виразність передбачає: розвинену тілесну усвідомленість і контроль рухів; пластичність і координацію як основу сценічної поведінки; здатність передавати емоційні стани через рух і динаміку тіла; відчуття ритму, темпу та просторової організації; органічне поєднання внутрішнього переживання із зовнішнім пластичним втіленням.

Тому, ми вважаємо, що особливого значення набуває вивчення хореографії у процесі акторської підготовки, зокрема через освітні компоненти з класичного танцю, сучасної хореографії, пластичної виразності, контактної імпровізації, що дозволяє здобувачам вищої освіти розвивати здатність до передачі внутрішніх переживань через рух.

Робота з хореографічними вправами потребує від студентів високої точності виконання рухів і систематичного вдосконалення координації, гнучкості та сили. У процесі занять з хореографії майбутні актори опановують навички усвідомленого контролю власного тіла, що сприяє розвитку рівноваги й узгодженості рухів. Здатність до координації забезпечує природність і органічність сценічної поведінки, дозволяючи впевнено виконувати як динамічні, так і статичні ролі.

Хореографічна підготовка також сприяє формуванню просторового мислення, партнерської взаємодії та сценічної уваги. Завдяки роботі в групі студенти набувають досвіду колективної творчості, вчаться відчувати партнера, синхронізувати дії та створювати цілісну сценічну композицію.

Крім того, хореографія виконує важливу психофізичну функцію, гармонізуючи взаємодію тіла і психіки, знижуючи рівень внутрішнього напруження та сприяючи розвитку впевненості у власних сценічних можливостях. Це особливо актуально в умовах сучасних викликів та соціальної нестабільності.

Ми вважаємо, що хореографія для актора має бути акторським танцем, де кожен жест виправданий внутрішньою дією.

Перспективним напрямком вбачаємо поєднання класичного екзерсису з елементами модерн танцю та технік contemporary dance (release, floorwork), що забезпечує максимальну адаптивність тіла до запитів сучасних режисерів.

Отже, хореографічне мистецтво є важливим компонентом професійної підготовки майбутніх акторів, що забезпечує формування сценічної виразності як комплексної характеристики виконавця. Інтеграція хореографічних дисциплін у систему акторської освіти сприяє підвищенню рівня професійної майстерності та конкурентоспроможності майбутніх фахівців у сфері сценічного мистецтва.

Хореографія є невід’ємним компонентом фахової майстерності, що забезпечує комплексний підхід до виховання артиста нової генерації.

Список використаних джерел

1. Гончаренко Ю., Кузьмін К. Формування пластичної культури у майбутніх акторів засобами хореографії. *Організація освітнього середовища* : матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 24 жовт. 2024 р.) / Головні редактори : О. І. Іваницький, О. В. Пономаренко. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 151 с. С. 92-94.

2. Abramovych, O., & Kudrenko, A. Теоретико-методологічні аспекти пластичної виразності в майстерності актора. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.* Серія: Сценічне мистецтво, 3(2), 2020. С. 165–179. https://doi.org/10.31866/2616-759x.3.2.2020.219280

КЛАСИЧНИЙ ТАНЕЦЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ АКТОРІВ

Тараненко Ю.П., кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Городенко А.Б., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: класичний танець, професійна підготовка актора, пластична виразність, тілесна свідомість, сценічний рух.

Сучасний театр усе більше орієнтується на синтез різних видів мистецтва, внаслідок чого межі між драматичним виконавцем, танцівником і вокалістом поступово стираються. Водночас підвищуються вимоги до фізичної підготовки та рівня пластичної виразності актора. За таких умов класичний танець постає не лише як освітній компонент, а як базова система формування тіла, що створює універсальне підґрунтя для різних видів сценічної практики.

Класичний танець ми розглядаємо як цілісну систему тілесного виховання, що поєднує технічну вивіреність, естетичну гармонію та внутрішню дисципліну. Його значення виходить за межі формування естетичного смаку, адже він суттєво впливає на фізичний розвиток, емоційну сферу та мислення особистості.

Для майбутнього актора опанування власного тіла є обов’язковою складовою професійного становлення, оскільки саме через рух розкриваються почуття, внутрішні процеси персонажа, а також вибудовується взаємодія з партнером і сценічним простором. Заняття класичним танцем сприяють формуванню правильної постави, координації, відчуття ритму, витривалості, гнучкості та пластичної

виразності — якостей, що визначають переконливість і сценічну цілісність акторського виконання.

Важливість інтеграції засобів хореографічного мистецтва в освітній процес підготовки акторів підкреслювали як видатні діячі театру минулого століття, так і сучасні митці, зокрема Є. Вахтангов, Ю. Громов, Є. Гротовський, О. Таїров, Г. Товстоногов, Б. Щукін та інші. Ю. Гончаренко й К. Ткаленко висвітлювали особливості створення сценічного характеру засобами класичного танцю. Водночас кількість наукових праць, присвячених безпосередньо впливу класичного танцю на діяльність актора, залишається недостатньою.

Як наголошували Ю. Гончаренко та К. Ткаленко, одним із компонентів створення сценічного характеру є класичний танець, зокрема його жести та пози, засобами яких створюються емоційно насичені, естетично забарвлені та виразно-пластичні образи драматичної вистави [1]. На думку авторів, у кожному русі класичного танцю закладені відповідні характери, які виховують універсального та всебічно розвиненого актора, який професійно володіє своєю психофізикою та використовує здобуті навички у створенні ліричних, трагічних, комічних та героїчних персонажів [1].

Класичний танець, як система чітко структурованих вправ і позицій, сприяє розвитку базових фізичних якостей: сили, гнучкості, витривалості, координації та балансу. Водночас він формує правильну поставу, сценічну виразність руху та відчуття ритму, що є необхідними для створення переконливого сценічного образу.

Важливою функцією класичного танцю у підготовці актора є розвиток тілесної свідомості. Завдяки систематичному опрацюванню тренажу майбутній актор набуває здатності усвідомлювати та контролювати власне тіло як інструмент художнього висловлювання. Це дозволяє досягати більшої точності у передачі емоційних станів, внутрішніх переживань персонажа та сценічних дій.

Крім того, класичний танець формує дисципліну та професійну культуру виконавця. Регулярність занять, чіткість виконання технічних елементів, увага до деталей сприяють розвитку відповідальності, самоконтролю та працездатності — якостей, необхідних у театральній практиці.

Не менш значущим є естетичний аспект. Класичний танець базується на принципах гармонії, симетрії та пропорційності, що сприяє формуванню художнього смаку та розуміння сценічної краси. Це, у свою чергу, впливає на якість акторської гри та здатність до створення цілісного сценічного образу.

Таким чином, класичний танець слід розглядати не як другорядний елемент, а як ключову складову фахової підготовки актора. Включення його до освітніх програм забезпечує розвиток фізичної витривалості, пластичної виразності та художньої зрілості виконавця, що підвищує його

здатність до повноцінної самореалізації в умовах сучасного театрального процесу.

Список використаних джерел

1. Гончаренко Ю., Ткаленко К. Створення сценічного характеру засобами класичного танцю. *Шляхи розвитку науки в сучасних кризових умовах*: тези доп. ІІ міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 3-4 червня 2021 р. Дніпро, Україна, 2021. 513 с. С.227-229.

2. Гончаренко Інга, Іщенко Лариса, Ятченко Надія. Специфіка акторського перевтілення в класичному танці: ліричні та характерні образи. *Актуальні питання гуманітарних наук:* / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2025. Вип. 90. Том 1. 338 с. С. 126-133.

ORCID 0009-0006-2368-5243

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ОНЛАЙН-ТЕХНОЛОГІЙ У ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІНИ «СЦЕНІЧНА МОВА»

Бінєєва А.М., старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури;
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: сценічна мова, онлайн-навчання, театральна педагогіка, психофізичний тренінг, артикуляційна гімнастика, логічний аналіз тексту.

Сучасні виклики в Україні, зумовлені безпековими загрозами та релокацією учасників освітнього процесу, зробили онлайн-технології невід’ємною, хоч і вимушеною, частиною мистецької освіти [2]. Для дисципліни «Сценічна мова» цей формат виступає допоміжним інструментом, що забезпечує неперервність професійного тренінгу [1]. Проте складність предмета, яка базується на цілісності психофізичного апарату та живому акустичному контакті, потребує чіткої верифікації того, які саме розділи можна якісно викладати дистанційно.

З метою об’єктивної оцінки можливостей дистанційного формату було проведено анкетування серед професорсько-викладацького складу кафедри сценічної мови Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. На основі аналізу десяти анкет було встановлено пряму залежність ефективності навчання від характеру теми. Це узгоджується з методичними засадами техніки мовлення, що розглядаються у працях класиків та сучасних дослідників [3; 4].

Найбільш адаптивним до онлайн-середовища виявився логічний аналіз тексту (середній бал - 3,33). Це підтверджує, що інтелектуальна

складова роботи над логічною партитурою твору та розбором розділових знаків найменше страждає від відсутності фізичної присутності викладача. Також відносно високу ефективність продемонстрували артикуляційна гімнастика (3,11 бала) та інтонаційність (3,00 бала), де цифрові платформи дозволяють здійснювати достатній візуальний та слуховий моніторинг.

Водночас дослідження виявило критичні обмеження в розділах, що вимагають тонкого психофізичного налаштування. Найнижчі оцінки отримала робота з голосом (1,67 бала) та фонаційне дихання (2,00 бала). Основними бар'єрами тут виступають аудіокомпресія, що нівелює обертонове багатство звуку, та неможливість прямого тактильного контакту для усунення м'язових затисків. Викладачі зазначають, що дистанційно практично неможливо об'єктивно оцінити «летючість» голосу та повноцінно працювати з резонаторною системою.

Таким чином, результати анкетування доводять, що онлайн-технології є ефективним ресурсом для опанування технічної бази та аналітичної роботи, проте вони не можуть замінити аудиторну роботу на етапах художнього втілення матеріалу. Оптимальною моделлю для профільної кафедри залишається змішане навчання (Blended Learning), де теоретично-аналітичні аспекти виносяться в онлайн, а розвиток резонаторів та ансамблева робота відбуваються в умовах живого творчого контакту.

Список використаних джерел

1. Набоков Р., Крипчук М. Досвід підготовки майбутніх акторів в умовах дистанційного навчання. Вісник КНУКіМ. Серія: Сценічне мистецтво. 2024. Вип. 6(1). С. 88–100.

2. Савіцька Н. С. Тенденції розвитку дистанційного та онлайн-навчання в Україні в умовах пандемії COVID-19 та воєнних дій. Питання культурології. 2024. Вип. 43. С. 78–91.

3. Кобзар Т. В. Сценічна мова. Техніка мовлення. Черкаси: Видавець Ю. Чабаненко, 2013. 404 с.

4. Курило О. І. Сценічне мовлення. Основи техніки мовлення та виразного читання. Львів: Сполом, 2010. 240 с.

ТЕАТРАЛЬНА ЕТИКА. МОРАЛЬНІСТЬ, МИСТЕЦЬКО-ПРОФЕСІЙНІ ВИМОГИ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Кіно В.А., старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій і дизайну

Ключові слова: етика, сценічне мистецтво, мораль, етичні засади, професійна етика.

Етика, як наука, не має прямого відношення до сценічного мистецтва – це наука філософська, наука про мораль. Термін етика вперше зустрічається у Аристотеля в назвах усіх його трьох творів, що присвячені проблемам моральності. Довгий час вважалося, а точніше, було нав'язано нам, що в систему понять театрального мистецтва термін етика ввів Станіславський. Стверджувати, що до нього подібними питаннями не переймалися в мистецькому середовищі, було б невірно.

Не будемо вдаватися в історію світового театрального мистецтва. Основи етики українського театру були закладені одним із корифеїв, Марком Кропивницьким ще в 19-му сторіччі. Ці засади базувалися на принципах служіння нації, реалізмі та суворій дисципліні. Кропивницький вимагав від акторів повної самовіддачі, глибокого психологізму, відмови від шаблонів та сценічної правди. Корифей українського театру розглядав сценічне мистецтво, як потужний засіб культурного самоствердження.

Ось чотири основні етичні засади театру за Кропивницьким.

- Служіння народу. Театр – це не лише розвага, а й національна місія, яка творить дух України.
- Реалізм та психологізм. Боровся проти «кривляння» на сцені, вимагав від акторів перевтілення, а не просто гри.
- Залізна дисципліна. Він був суворим режисером, який ставив вимоги щодо професійної етики, знання тексту та поваги до глядачів.
- Ансамблевість. В виставах театру Кропивницького акцент робився не на «зірках», а на злагодженій грі всієї трупи, що було критично важливо для професійного рівня.

На початку 20-го сторіччя вже Лесь Курбас теж не оминув тему театральної етики. Він визначав роботу на сцені, як служіння, а репетицію і виставу, як «релігійний акт». Курбас вимагав від акторів високої культури та внутрішньої дисципліни. Його принципи базувалися на чесності мистецтва, де театр – це храм, що перетворює грубе на тонке, а не просто розвага. Важливим, якщо не головним, для Курбаса було виховання глядача та інтелектуальна самостійність митця.

Що ж для нас сьогодні «артистична етика» і чому вона потребує вивчення, дослідження, фіксації, теоретичного і практичного аналізу? Треба зазначити, що професійна етика є і у представників різних спеціальностей, зокрема, у викладачів ВНЗ або шкільних вчителів, у лікарів, у держслужбовців, у офіціантів та інших представників сфери обслуговування. У військових її норми систематизовані і записані у військовому Статуті. Основи професійної етики сценічних діячів такі самі, як і у суспільної етики, але вона пристосована до умов театрального мистецтва. А умови ці різноманітні та складні.

Головна серед них – колективність роботи в театрі. Виставу створюють драматург, режисер, актори, художники, гримери, костюмери та люди багатьох інших професій. Етика потрібна для того, щоб врегулювати роботу багатьох самостійних творців в процесі підготовки та прокату вистави. Для цього необхідні моральні правила, що створюють повагу до чужої творчості та атмосферу спільної роботи.

Вимоги, які етика театру пред'являє до сценічних діячів, частково – суто мистецького характеру, частково – професійного або ремісницького.

Якщо говорити про мистецькі вимоги, їх, звичайно, дуже багато, але перш за все треба згадати, що завданням акторської етики є усунення проблем та перешкод, що заважають діяльності творчого таланту, захопленню та стремлінню творчої волі кожного з колективних творців. Зазвичай, ці перешкоди створюють своєю поведінкою самі сценічні діячі через нерозуміння фізіології творчості, завдань мистецтва, а іноді і просто через егоїзм.

Порушує колективну творчість, затримує роботу всіх інертність деяких виконавців. До того ж ця інертність або апатія в роботі заразні. Навпаки, кожен паросток творчого бажання в кожного з колективних творців повинен бути підтриманий всіма та зберігатися для загальної користі. Популярність, що раптово виникла в будь-якого актора або режисера, іноді навіть така, що не відповідає справжнім досягненням, незвичні умови роботи в театрі, особливо в акторів, та інші неприємні нюанси театральної справи, - все це підштовхує актора, режисера на небезпечний шлях спокус, що може стати загибеллю для них як творців та як людей взагалі. Акторська етика, її вимоги допомагають творцю вдало оминути спокуси та очиститися від них, залишивши себе в межах чистого мистецтва.

Крім того є багато суто професійних вимог етики для тих, хто працює в театрі, адже умови роботи там відрізняються від умов на будь якому іншому виробництві, а театр – це теж виробництво. Пов'язані ці вимоги з тим, що вистава повинна розпочатися за будь яких умов в точно призначений час. Тому прихід на виставу і на репетицію вчасно є умова творча – не порушувати атмосферу роботи, але й водночас організаційна, адже глядач купив квиток на цю виставу, на цей час, іноді саме на цього актора.

Знання тексту – одна з умов театральної етики.

Особливо треба виділити проблему стосунків між актором та режисером. Як необхідне суворе підпорядкування адміністрації по всіх питаннях театрального виробництва, так само необхідне свідоме, для власного ж успіху, підкорення волі режисера та інших художніх керівників вистави. Але не можна забувати, що маючи справу з людським талантом, і з людськими чистими устремліннями, і з нервами людини, треба поводитися з ними обережно. В цьому, мабуть, суть акторської етики.

Підсумуємо. Отже, театральна етика — це не лише «бути ввічливим за кулісами». Це система моральних і професійних принципів, яка регулює взаємини між митцями, ставлення до глядача, відповідальність за зміст твору.

Театр — це завжди колективне мистецтво. І тут правда проста: якщо немає етики — немає ансамблю. А без ансамблю немає сценічного мистецтва.

Моральність у театрі. Театр завжди, в усі віки, історично був місцем морального діалогу із суспільством. Але є важливий нюанс: театр не зобов'язаний бути «правильним» — він зобов'язаний бути чесним. Моральність у театрі — це: - не пропаганда, а питання, - не повчання, а конфлікт, - не відповідь, а напруга. Проте є межа: свобода митця закінчується там, де починається приниження людини — актора, колеги чи глядача.

Мистецько-професійні вимоги.

Театральна професія тримається на трьох речах:

1. Дисципліна. Талант без дисципліни — це просто гарний хаос. Пунктуальність, підготовка, відповідальність — це не бюрократія, це повага.
2. Повага до партнера. На сцені не можна «вигравати» у партнера. Бо якщо ти виграв — сцена програла.
3. Межі професії. Особливо в роботі з тілом, емоціями, інтимними сценами.

Сучасний театр уже не може існувати без згоди (consent), безпечного простору, чітких правил взаємодії. Інакше це не мистецтво — це насильство, просто красиво оформлене.

Сучасні виклики. І тут - найцікавіше (і найболючіше). Мораль – це та річ, яка весь час змінюється. Сьогодні складно уявити, що ще кілька сторічь тому улюбленою забавою європейців було піти всією родиною на міську площу, щоб подивитися, як там спалюватимуть «відьму» чи будуть відрубувати голову якомусь злочинцю. Це не вважалося чимось аморальним. Сьогодні мої студенти першого курсу відмовляються від безкоштовних запрошень до цирку, бо не можуть дивитися на дресированих тварин і вважають це аморальним.

Часто люди, і в тому числі люди мистецтва, просто не встигають за змінами, які відбуваються в суспільній моралі. І потрапляють в незручні, та навіть неправові ситуації.

Виділимо кілька аспектів сучасних викликів, стосовно професійної етики.

1.Токсичні ієрархії. Режисер як «бог» — це модель театру, яка тріщить по швах. Сьогодні авторитарність дедалі частіше дорівнює професійній неспроможності. .

2. Інтимні сцени і межі. Театр довго прикривався «мистецтвом», щоб виправдати порушення кордонів. Тепер це більше не працює.

3. Комерціалізація. Коли театр починає орієнтуватися лише на «продати квиток», етика часто йде першою.

4. Технології.

5. Війна і травма. Український театр сьогодні працює з реальністю, яка болить. І тут етика стає критичною: як говорити про травму, не експлуатуючи її? Як не перетворити біль на естетику?

6. Відповідальність перед глядачем. Глядач — це не клієнт, це співучасник. І завдання театру - не маніпулювати ним дешево, - не спрощувати складне, - не зраджувати сенси заради ефекту. Бо театр — це місце, де людина приходить думати й відчувати. І якщо ми це зраджуємо — ми робимо не театр, а контент.

Висновок. Театральна етика — це не про обмеження. Це про ті рамки, в яких народжується свобода. Бо справжня свобода в мистецтві — це не тоді, коли «можна все», а тоді, коли «я знаю, навіщо, заради чого і як я це роблю».

Театр починається не з «вішалки». Він починається з відповідальності.

Список використаних джерел

1. Літературознавчий словник-довідник/ Р. Т. Громяк, Ю. І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ «Академія», 1997

2. Лесь Курбас: Система і метод// Укр.театр. - 1998

3. Кропивницький М. Л. Збірник статей, спогадів, матеріалів., К., 1966

4. Біль Р. Виховання акторської харизми : методичний посібник. Вінниця: Нова Книга, 2013.

ВНУТРІШНІЙ МОНОЛОГ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ АКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТ ТА СЦЕНІЧНОЇ МОВИ. ПРАКТИКА СТВОРЕННЯ.

Кіно Д. В., викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій і дизайну

Ключові слова: сценічне мистецтво, внутрішній монолог, зони мовчання, Курбас.

Внутрішній монолог – один з найскладніших елементів акторської майстерності. Внутрішній монолог і в житті і на сцені – це внутрішня мова, що вимовляється не в голос, а про себе, хід думок, що виявлений словами, який супроводжує людину завжди, крім часу сну.

Процес безперервного внутрішнього монологу в житті знайомий усім. Він народжується залежно від того, що відбувається, від цілей, що стоять перед людиною, від вчинків партнера по життю тощо. Він викликає

ті чи інші наші діяння, з нього народжуються в зовні ті слова, які здаються найточнішими, найсильнішими в даній ситуації. В гострі моменти життя ці монологи стають інтенсивними, емоційними, конфліктними. І завжди внутрішній монолог «лунає» в тій ступені напруги, в якій живе людина.

Те ж саме має відбуватися і на сцені, якщо говорити про характеристику цього сценічного процесу. Відмінність лише одна, але найсуттєвіша. В житті внутрішній монолог народжується у людини сам, крім тих моментів, коли він свідомо аналізує ситуацію всередині себе. На сцені це внутрішній монолог не артиста, а персонажа. Цей монолог артист повинен створити, попередньо зрозумівши, про що він, його природу і ступінь напруження, і привласнити його собі, зробити його звичним для себе. До того ж, внутрішній монолог треба вибудовувати в тій лексиці, тією мовою, яка притаманна цьому персонажу, а не актору.

Першоджерелом роботи актора над роллю є література – інсценована проза або поезія та драматургія. Якщо в прозі в більшості творів письменник, при створенні сцени, подає внутрішні монологи своїх персонажів, і артист має можливість використати їх, звичайно, не дослівно, а пристосувавши до власного рішення, власної природи, то в драматургії , зазвичай, внутрішнього монологу не має. Є паузи, три крапки, текст партнера – те, що в театрі називають «зонами мовчання». Актор повинен стати автором цих монологів. Помістивши себе в запропоновані обставини життя свого героя, визначивши його надзавдання та конкретні цілі в кожній сцені, вивчаючи текст партнера, а не тільки свій, актор повинен думати від імені свого героя нафантазованим монологом.

Внутрішній монолог, як процес, що відбувається і в житті, додає виконанню достовірності, допомагає актору захопитися образом, і вимагає від нього серйозного заглиблення у внутрішнє життя свого героя. Без внутрішнього монологу неможливе сприйняття та взаємодія на сцені, він допомагає оволодіти так званим «другим планом» ролі, ритмом ролі, змінює навіть тембр голосу.

Лесь Курбас розглядав внутрішній монолог не просто як психологічне «проговорювання» думок, а як структурний міст, що наповнює текст дією, єднає інтуїцію з ритмом і перетворює емоцію на свідомий інструмент.

Ключові аспекти внутрішнього монологу в системі Курбаса:

1. Засіб об’єктивізації: Актор за курбасівською методикою не повинен бездумно розчинятися в «нутрі» чи сліпо грати на емоціях. Внутрішній монолог допомагає дистанціюватися від персонажа та об’єктивувати його.

2. Зв’язок із ритмом: Курбас вчив акторів відстукувати ритм і підпорядковувати йому думки. У виставах внутрішній монолог та «кінострічка бачень» узгоджувалися з ритмом всього сценічного дійства.

3. Дієвість підтексту: Внутрішній монолог — це те, що дає словам активність та безперервну дієвість, розкриваючи справжній підтекст.

Було б помилкою вважати, що внутрішній монолог приходить до актора сам. Як і все на сцені, його виникнення під час виконання залежить від підготовчої роботи в процесі репетицій, особливо під час репетицій вдома. Особливу роль відіграють так звані монологи-«наговорювання».

В роботі зі студентами-акторами ми в майстерні практикуємо систему тренінгів при підготовці уривків з п'єс чи вистав, що мають завдання наблизити виконавців до створюваних ними сценічних образів. Кілька вправ цих тренінгів пов'язані з «озвучкою» або «наговорюванням» внутрішнього монологу героя чи героїні. Ці вправи тренують у здобувачів освіти навички створення безперервного внутрішнього процесу, внутрішнього монологу, а врешті решт і безперервної лінії життя персонажу, наскрізної дії ролі.

Список використаних джерел

1. Літературознавчий словник-довідник/ Р. Т. Громяк, Ю. І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ «Академія», 1997

2. Лесь Курбас: Система і метод// Укр. театр. - 1998

3. Акторська майстерність: тренінг: навчально-методичний посібник. Тернопіль: ТзОВ «Терно граф», 2014.

4. Біль Р. Виховання акторської харизми : методичний посібник. Вінниця: Нова Книга, 2013.

5. Особливості акторської школи Л. Курбаса. «Життя і творчість Леся Курбаса» розділ IV / Життя і творчість Леся Курбаса / [упоряд., наук. ред. Богдан Козак]. – Львів ; Київ ; Харків : Літопис, 2012.

6. Пацунов В. Театральна вертикаль: крок до образу: Монографія. – К.: Київський національний університет культури і мистецтв, 2003.

УДК 7.05:78.024.7(477)
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9280-7973

ВІЗУАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МУЗИЧНОГО ПРОДУКТУ В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЯХ: АНАЛІЗ ОФОРМЛЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ CD-РЕЛІЗІВ

Кочержук Д. В., аспірант відділу музикознавства та етномузикології Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України;
старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: музична індустрія, дискографія, дизайн цифрового диску, «Паркалаба», «Скрябін», українська колекція, музичний арт-об'єкт.

У системі сучасних культурних та к реативних індустрій музичний продукт розглядається як комплексний синтетичний феномен, де аудіовізуальна єдність є запорукою успішної комунікації зі споживачем. Візуальна репрезентація, зокрема дизайн CD-релізів та оформлення паперових і електронних буклетів, виступає не лише маркетинговим інструментом, а й важливою складовою художньої концепції артиста, що і зумовлена необхідністю аналізу дискографічного матеріалу як джерела вивчення візуальної культури та ідентифікації українського музичного контенту в глобальному полікультурному просторі.

З огляду на останні дискографічні збірники, варто зосередити увагу на пост-публікації О. Євтушенка «Український диск» [1], де демонструється широка панорама вітчизняного звукозапису, охоплюючи різноманітні жанри від академічної музики до етно, року та поп жанрів. У самому виданні фіксується перехід від поодиноких аудіо-релізів до системного формування дискографічного ринку, прикладом чого став масштабний компактовий серіал «Українська колекція», заснований за участі аудіокомпанії «Атлантік». Кожен об'єкт дискографії, представлений у збірнику, є свідченням пошуку унікальної візуальної мови, що відповідає естетиці конкретного музичного напряму.

Однією з ключових проблем візуальної репрезентації в українському звукозаписі є забезпечення автентичності та концептуальності оформлення аудіотвору. Аналіз практичних кейсів (в т. ч. – візуального оформлення), наведених у виданні А. Євтушенка, свідчить про використання дизайну обгортки CD, як засобу підсилення музичного змісту. Так, до прикладу: у творчості гурту «Перкалаба» візуальне оформлення (зокрема таких альбомів як-от: «Гори за селом», «Говорять і показують...») корелюється з їхньою етно-панк естетикою, де іронія поєднується з глибинними гуцульськими архетипами [5]. З-поміж іншого, варто звернути увагу на дискографію гурту «Скрябін» (альбом «Танці»), що демонструє еволюцію візуальних образів вітчизняної культури від постмодерної естетики 90^{x} рр ХХ ст. до виразного поп-арт стилю ХХІ ст., де підкреслюється динаміка розвитку креативності музичного бренду [4].

Таким чином, буклети аудіозаписних видань стають підґрунтям додаткового смислового навантаження, перетворюючи фізичний носій на арт-об'єкт, що є критично важливим для збереження цінності продукту в епоху цифровізації.

Однак, подальшого наукового вивчення потребує трансформація візуальних стратегій музичної індустрії в умовах переходу від матеріальних носіїв до стрімінгових сервісів (інтернет джерел). Важливим вектором є аналіз того, як дизайн сучасних цифрових обкладинок (*cover art*) успадковує традиції художнього оформлення CD-буклетів, описаних О. Євтушенком. Також перспективним є дослідження впливу фестивального менеджменту на візуальну стилістику гуртів, що брали

участь у таких творчих заходах як-от: «Червона рута» [2] або фестиваль «Рок екзистенція» [3].

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що візуальна складова українських CD-релізів є невід'ємною частиною креативного продукту, яка фіксує культурний контекст епохи. Приклади оформлення робіт гуртів «Перкалаба» та «Скрябін» підтверджують, що якісний дизайн буклета є засобом ідентифікації артиста в полікультурному середовищі. Вибрана дискографія, представлена у виданні, слугує базою для розуміння того, як українська музична індустрія вибудовувала свою візуальну мову протягом десятиліть.

Список використаних джерел

1. Євтушенко О. Український диск. Вибрана дискографія. Наш формат. Львів. 2025. 226 с.
2. Мамченкова О. Фестивальна історія: як прогриміла і чому стихла «Червона рута». Українська правда. Культура. 18 травня 2017. URL: https://life.pravda.com.ua/culture/2017/05/18/224232/ (дата звернення: 27.09.2023).
3. Подунай Я. Фестивалі рок-музики 1990-х років в Україні як каталізатор розвитку українського року. *Наукові та практичні дослідження розвитку естрадно-вокального мистецтва:* матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 01 грудня 2022 року). Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила», 2022. С. 140–144.
4. Полотнянко Х. Тексти пісень гурту «Скрябін» (1989 – 2015): поетикальний, стилістичний і суспільно-філософський аспекти: бакалаврська робота (035 «Філологія»). Український католицький університет. Кафедра філології. Львів: УКУ, 2022, 49 с.
5. Роїк А. Етнічні мотиви в дизайні сучасних вінілових платівок на прикладі музичного гурту «Фамілія Перкалаба». Університет Короля Данила. Івано-Франківськ. 2025. 85 с.

УДК 792.01:502.131.1(477)"19/20"
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9280-7973

ЕКО-ПЕРФОРМАНС ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК СЦЕНІЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЗЛАМІ XX – XXI СТ.

Городенко А., здобувач вищої освіти
Кочержук Д., старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

На зламі XX – XXI ст. сценічне мистецтво, дедалі більше, звертається до екологічних тем, поєднуючи естетику з етикою та формуючи нові моделі взаємодії між митцем, глядачем і довкіллям. Саме в цьому контексті театр стає простором не тільки емоційного переживання, а й критичного діалогу про майбутнє планети, де жанри на кшталт еко-перформансу набувають особливого значення для розвитку сучасної сценічної культури.

Еко-перформанс є одним із напрямів сучасного мистецтва, який поєднує театральну практику з екологічною свідомістю. На зламі XX – XXI ст. митці все частіше звертаються до тем взаємодії людини та природи, екологічних криз і відповідальності суспільства за довкілля, що сприяло формуванню нових підходів у сценічному мистецтві, одним із яких і є – еко-перформанс.

Еко-перформанс сформувався під впливом екологічних рухів і сучасного перформативного мистецтва, мета якого привернути увагу до проблем довкілля через художні засоби. У таких виставах часто використовуються природні простори, екологічні матеріали або теми збереження природи.

Сучасні режисери й драматурги дедалі частіше звертаються до екологічних проблем: зміни клімату, забруднення планети, зникнення видів. Через сценічну дію глядачі можуть емоційно пережити візуалізовані проблеми та переосмислити власне ставлення до природи довкілля [3].

Сталий розвиток у театральній культурі передбачає відповідальне використання ресурсів, що може проявлятися у: 1) використанні перероблених матеріалів для декорацій; 2) мінімалізмі сценографії; 3) енергоефективному освітленні; 4) повторному використанні костюмів і реквізитів [2].

На початку 2000-х рр. з'являються вистави просто неба, зокрема «site-specific перформанси» та екологічні арт-проєкти. Вони поєднують мистецтво, активізм й освітньо-творчу діяльність, сприяючи формуванню екологічної культури [1].

Таким чином, еко-перформанс став важливою частиною сучасної сценічної майстерності, яким не лише розширюються художні можливості драматичного театру, а й формуються особливості екологічної свідомості у глядачів. Поєднання мистецтва та принципів сталого розвитку сприяє відповідальному ставленню до природи і майбутнього планети.

Список використаних джерел

1. Бахман-Медик Д. Культурні повороти: нові орієнтири у гуманітарних науках / пер. з нім. В. Кам'янець. Київ : Дух і Літера, 2017. 464 с.

2. Дерман Л. М. Екологічний перформанс як форма соціокультурної рефлексії сучасності. *Культура і сучасність*. 2020. № 1. С. 45 – 51.

3. Котляр К. В. Сталий розвиток культури в умовах глобалізаційних викликів XXI століття. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 2. С. 12 – 17.

УДК 791.221.03:004.738.5:621.397.13
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9280-7973

ТРАНСФОРМАЦІЯ КЛАСИЧНОЇ ДРАМАТУРГІЇ ПІД ФОРМАТ ЕКРАНІВ СМАРТФОНІВ ТА СТРІМІНГОВИХ СЕРВІСІВ

Осадчук Д., здобувач вищої освіти
Кочержук Д., старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Сучасний етап еволюції екранних мистецтв характеризується радикальним переходом від колективного перегляду у фіксованому просторі (кінотеатр, театр) до індивідуалізованого споживання контенту через мобільні девайси. Цей процес зумовлює докорінну зміну архітектоніки драматичного твору, де класична горизонтальна панорама поступається місцем вертикальній композиції екрана смартфона (формат 9:16) [1]. У такому контексті класична драматургія, що традиційно спиралася на розлогі мізансцени та просторову взаємодію персонажів, змушена адаптуватися до стратегії «надвеликого плану». Головним об’єктом стає обличчя актора, що максимально інтенсифікує психологізм, проте нівелює значення сценічного фону та класичної театральної дистанції. Смартфон диктує нову естетику «інтимізації», де глядач перебуває у безпосередній, майже тактильній близькості до героя, що трансформує класичний катарсис із колективного релігійного чи естетичного переживання на приватний емоційний досвід, інтегрований у повсякденний цифровий потік.

Стрімінгові платформи, як основні дистриб'ютори сучасного драматичного контенту, запроваджують нову логіку модифікації ідеї постановки, що базується на принципах гіпертекстуальності та серіальності. Класична п’єса, яка історично тяжіла до триактної структури та єдності дії, у цифровому середовищі піддається фрагментації: вона розпадається на епізоди, кожен з яких має відповідати законам утримання уваги (clifhangers). Це створює феномен «горизонтального наративу», де другорядні сюжетні лінії класичного першоджерела отримують автономний розвиток, перетворюючи лаконічну драму на розгалужений всесвіт (Cinematic Universal). Окрім того, алгоритми стрімінгових сервісів стимулюють використання механік «біндж-вотчінгу», що фактично скасовує поняття антракту чи паузи, характерної для театрального сприйняття, замінюючи їх безперервним зануренням у потік зображень.

Таким чином, класичний текст перестає бути статичним каноном і стає пластичним матеріалом, який адаптується під технічні можливості платформи та психологічні профілі користувачів [3].

Особливим етапом трансформації класики є виникнення формату «Screenlife», де вся дія розгортається безпосередньо на екрані девайса персонажа. У цій системі координат класичний монолог трансформується у відеодзвінок або запис у соціальних мережах, а конфлікт реалізується через динаміку чатів, пошукових запитів та зміну вкладок браузера. Така медіатизація драми докорінно змінює поняття «дії»: відтепер вчинок героя — клік, повідомлення або вихід у прямий ефір. Традиційні конфлікти честі, фатуму чи соціальної нерівності, описані В. Шекспіром переносяться у площину цифрової етики, кібербулінгу та публічності. Глядач, тримаючи смартфон у руках, стає мимовільним «співучасником», що проглядає за приватним життям героя через дзеркало власного екрана. Це створює унікальний ефект дегерметизації класичного твору, роблячи його частиною щоденного інтерфейсу користувача, де межа між реальністю споживача та художнім простором драми стає майже непомітною [2].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що адаптація класичної драматургії до форматів смартфонів та стрімінгів не є механічним перенесенням тексту з одного носія на інший, а являє собою складну онтологічну мутацію жанру. Класичний твір у цифровому середовищі вимушений балансувати між збереженням інтелектуальної глибини та необхідністю відповідати вимогам стислого формату відеозапису (кліп) та його динаміки, високої швидкості монтажу й візуальної надмірності. Трансформація простору кадру, впровадження інтерактивності та зміна соціального контексту споживання роблять класичну драму частиною глобального цифрового континууму. У цьому процесі драматургія втрачає свою сакральну відстороненість, натомість набуваючи небаченої раніше мобільності та здатності до миттєвої актуалізації, що є єдиним способом її виживання в умовах домінування екранної культури XXI ст. Класична драматургія не зникла, але адаптувалася до нових умов. Поява смартфонів і стрімінгових сервісів змінила ритм оповіді, структуру сюжетів та візуальну мову. Сучасні автори поєднують традиційні принципи драматургії з новими технологічними можливостями, щоб створювати історії, які залишаються цікавими для сучасного глядача.

Список використаних джерел

1. Безклубенко С. Основи екранних мистецтв : антологія. КНУКіМ. Київ. 2012. 456 с.

2. Мусієнко О. Модернізм та постмодернізм у контексті кінопроцесу: навч. посіб. Логос. Київ. 2018. 400 с.

3. Schleser M., Xu X. Mobile Storytelling in an Age of Smartphones. Cham: Palgrave Macmillan. 2020. 256 p.

УДК 782.1:782.8"19/20"
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9280-7973

ВІД КЛАСИЧНОЇ ОПЕРИ ДО МЮЗИКЛУ: ІСТОРИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ МУЗИЧНО-СЦЕНІЧНИХ ФОРМ У XX – XXI СТОЛІТТЯХ

Прокопенко К., здобувач вищої освіти
Кочержук Д., старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури,
Київський національний університет технологій та дизайну

Серед суспільства XXI ст. особливий інтерес викликає еволюція музично-сценічних форм, зокрема перехід від класичної оперної традиції до сучасного мюзиклу. Ця тема є актуальною, оскільки музичний театр постійно трансформується разом із соціумом, відображаючи зміни у художніх смаках, технологіях та способах комунікації з глядачем. Якщо опера тривалий час була символом академічної музичної культури, то мюзикл став прикладом синтетичного жанру, який поєднує драматургію, вокал, хореографію та елементи популярної музики. Саме тому дослідження історичного розвитку цих форм дозволяє краще зрозуміти сучасні тенденції сценічного мистецтва та його роль у культурному просторі XX – XXI ст.

Музично-сценічне мистецтво пройшло складний шлях трансформації від класичної опери до сучасного мюзиклу, який сьогодні є однією з найпопулярніших форм масової культури. Ця еволюція пов’язана зі змінами у соціокультурному середовищі, розвитком нових музичних стилів та трансформацією театральної мови.

Опера, що сформувалася в європейській культурі XVII – XIX ст., була синтетичним жанром, який поєднував музику, драматургію та сценічну дію. У XX ст. цей жанр зазнав значних змін: композитори почали експериментувати з драматургією, формою та сценічною мовою, що сприяло появі нових музично-театральних форматів [2].

Одним із важливих етапів переходу від опери до сучасного музичного театру стала оперета. Цей жанр сформувався у XIX ст. та поєднував оперну вокальну традицію зі сценічною легкістю, танцювальними номерами та розмовними діалогами. У творах таких композиторів, як Жак Оффенбах, а пізніше Йоганн Штраус-молодший, оперета набула популярності завдяки комедійним сюжетам і доступній музичній мові [3].

У першій половині XX ст. на основі оперети, естрадної музики та джазу почав формуватися новий жанр – «мюзикл». Особливо активний розвиток він отримав у США, де поєднав драматичну дію, вокальні номери, танець і елементи популярної музики. У цей період мюзикл

поступово витісняє оперету, хоча обидва жанри певний час існували паралельно та взаємно впливали один на одного.

У другій половині ХХ ст. мюзикл перетворюється на важливий елемент індустрії розваг. Постановки на сценах Бродвей та інших світових театральних центрів демонструють високий рівень синтезу музики, драматургії, хореографії та сценографії [1].

У ХХІ ст. цей жанр набуває нових форм, поєднуючи традиції музичного театру з можливостями сучасних технологій, масової культури та медіа. Дослідники підкреслюють, що мюзикл став одним із найбільш популярних продуктів світової культурної індустрії та активно розвивається у різних країнах, зокрема в Україна.

Отже, історична еволюція музично-сценічних форм від опери до мюзиклу демонструє поступову зміну художніх пріоритетів: від академічної музичної традиції до синтетичного жанру, орієнтованого на широку аудиторію. Цей процес відображає загальні тенденції розвитку культури ХХ – ХХІ ст., де поєднуються класичні традиції та сучасні форми масового мистецтва.

Список використаних джерел

1. Бажан С. Мюзикл як феномен масової культури: генезис та еволюція. Київ: Музична Україна, 2010. 180 с.
2. Берегова О. Теоретичні аспекти дослідження музичного театру в контексті культури ХХІ століття. Мистецтвознавство України. 2018. Вип. 18. С. 45 – 52.
3. Черкашина-Губаренко М. Оперний театр у просторі сучасної культури. Київ: Автограф, 2012. 384 с.

УДК 792.54/.57
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9280-7973

МЮЗИКЛ ЯК КОМЕРЦІЙНА ДОМІНАНТА: АНАЛІЗ «БРОДВЕЙСЬКОЇ» ТА «ВЕСТ-ЕНДСЬКОЇ» МОДЕЛЕЙ ЯК ЕТАЛОНІВ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ

Пухальська С., здобувач вищої освіти
Кочержук Д., старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Мюзикл є одним із найпопулярніших жанрів сучасного театру, в основі якого є поєднання різних видів сценічного мистецтва (драматичної дії, вокалу, музики та хореографії). Завдяки цьому мюзикл створює комплексний емоційний вплив на глядача і стає доступним для широкої аудиторії. Формування жанру мюзиклу відбувалося поступово. Його

витоки можна знайти у водевілі, опереті та музичних ревю XIX ст. На початку XX ст. мюзикл почав набувати більш цілісної драматургічної структури, а музичні номери стали осередком розвитку сюжету та характерів персонажів. Однією з головних причин популярності мюзиклу є його видовищність. Сучасні постановки використовують складні декорації, світлові ефекти, мультимедійні технології та масштабні хореографічні постановки. Все вищесказане перетворює мюзикл на повноцінне театральне шоу.

Важливу роль у мюзиклі відіграє актор, який повинен поєднувати декілька професійних навичок одночасно. Він має бути драматургом, артистом-музикантом (в т. ч. – вокалістом) та балетмейстером. Саме тому підготовка виконавців для мюзиклів є особливо складною і потребує спеціалізованої освіти та тривалої практики.

«Бродвей» у Нью-Йорку є одним із найвідоміших театральних центрів світу, адже сформувалася система комерційного театру, яка значною мірою визначає розвиток сучасного мюзиклу. Бродвейські вистави відомі великими бюджетами, масштабними постановками та високим рівнем професійної організації. Особливістю бродвейської моделі є продюсерська система. Продюсер виступає головною фігурою у створенні вистави: він організовує фінансування, формує творчу команду, контролює репетиційний процес і займається маркетинговою стратегією розвитку театрального дійства [1]. Бродвейські мюзикли орієнтовані на широку міжнародну аудиторію. Значну частину глядачів становлять туристи, які спеціально відвідують країни Америки (де постановки є частиною культурного обміну ідеями між державами), щоб побачити відомі театральні шоу. Саме тому постановки часто відрізняються яскравою видовищністю, зрозумілими сюжетами, універсальними темами та насиченими мультимедійними ефектами. Успішні бродвейські мюзикли можуть демонструватися протягом багатьох років, адже часто здобувають від агенції гастрольні версії, міжнародні ліцензії та екранізацію, що значно розширює їхню аудиторію [2].

Лондонський «Вест-Енд» – європейський центр комерційного театру. Він має давні театральні традиції і водночас активно розвиває жанр мюзиклу. Вест-ендські театри поєднують класичну британську акторську школу з сучасним шоу-бізнесом. Однією з характерних рис Вест-Енду є високий рівень акторської майстерності. Британська театральна освіта приділяє значну увагу роботі над роллю, сценічній мові та психологічній достовірності персонажів, що і впливає на якість музичних постановок [4].

Так само, як і на Бродвеї, так і у Вест-Енді багато вистав демонструються досить тривалий період їхньої постановчої групи. Деякі мюзикли залишаються у репертуарі десятиліттями, стаючи культурними символами театрального життя Лондона.

У XXI ст. мюзикл став важливою частиною глобальної індустрії розваг. Успішні постановки перетворюються на міжнародні бренди, які

ставляться у різних країнах світу. Вони перекладаються різними мовами та адаптуються до культурних особливостей будь-яких вікових аудиторій. Мюзикли мають значний економічний вплив. Вони приваблюють туристів, створюють робочі місця для акторів, музикантів, режисерів, сценографів та технічного персоналу. Крім того, театральна індустрія стимулює розвиток суміжних галузей — туризму, ресторанного бізнесу та готельної сфери. Таким чином, мюзикл поєднує художню творчість і комерційний успіх. Саме ця особливість робить його одним із ключових жанрів сучасної культури [3].

Отже, мюзикл є важливим явищем сучасного театрального мистецтва та індустрії розваг. Його популярність пояснюється поєднанням музики, драматургії та хореографії, що створює яскраве і видовищне сценічне дійство. Бродвейська та Вест-ендська моделі стали еталонами організації комерційного театру у світі. Вони демонструють, що поєднання високої художньої якості, професійного менеджменту та ефективного маркетингу дозволяє створювати успішні театральні проєкти. Для майбутніх акторів дослідження цього явища є важливим, адже воно допомагає зрозуміти сучасні тенденції розвитку театру і перспективи професійної діяльності у міжнародному культурному просторі.

Список використаних джерел

1. Everett W. A., Laird P. R. The Cambridge Companion to the Musical. 3rd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 512 p.
2. Kenrick J. Musical Theatre: A History. New York : Bloomsbury Academic, 2017. 432 p.
3. Platt M. The Business of Broadway: An Insider’s Guide to Working, Producing, and Investing in the World’s Greatest Theatre Community. New York : Allworth Press, 2013. 272 p.
4. Taylor M. Musical Theatre Realism: Critical Perspectives on Content, Style and Genre. Chicago : University of Chicago Press, 2012. 240 p.

УДК 792.01:159.942:316.46:323.1
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9280-7973

МИСТЕЦТВО В ЧАСИ КРИЗ: СЦЕНІЧНІ ПРОЄКТИ ЯК ЗАСІБ РЕАБІЛІТАЦІЇ ТА ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Торяник Д., здобувач вищої освіти
Кочержук Д. В., старший викладач, кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

У різні історичні періоди мистецтво переживало соціальні, політичні та економічні кризи, які впливали на всі сфери життя, зокрема – культуру. Мистецтво XXI ст. набуває особливого значення в культурній парадигмі, адже стає засобом осмислення мистецьких інституцій, за рахунок підтримки суспільства та формування спільних аксіологічних цінностей. Сценічне мистецтво — театр, перформанс, музично-драматичні постановки відіграють особливу роль у просторі креативних індустрій, оскільки поєднує емоційний вплив, колективне переживання та можливість безпосереднього діалогу між митцем і реципієнтом.

У кризових умовах мистецтво виконує кілька важливих функцій. По-перше – допомагає суспільству осмислити історико-генетичні події, що ствердженні політичними передумовами у кризі жанрового часу. Через художні образи, метафори та сценічну індустрію митці краще зрозуміють складні соціальні процеси, що допоможе пережити колективний занепад мистецької діяльності. По-друге – мистецтво стає формою психологічної підтримки та реабілітації, а досвід участі у творчих проєктах допомагає ідеологам висловлювати емоції, долати страхи та знаходити нові сенси.

Особливо помітною є роль сценічних проєктів у сучасній Україні, де культура активно реагує на суспільні запити (в т. ч. – телевізійно-розважальні події). Театр стає не лише формою мистецького висловлювання, а й інструментом соціальної терапії. Наприклад, у деяких театральних ініціативах беруть участь ветерани війни, для яких вистава стає формою психологічного відновлення. Завдяки роботі над ролями та взаємодією з глядачами, актори та глядачі можуть переосмислити свій травматичний досвід і повернутися до активного суспільного життя. Подібні проєкти демонструють, що сцена може бути не лише місцем мистецького експерименту, а й простором підтримки та її реабілітації [3].

Ще однією важливою функцією мистецтва в кризові періоди є формування та зміцнення національної ідентичності (культурна практика). Через театральні постановки, драматургію та акторські інтерпретації, модельованих історичними подіями XX – XXI ст., суспільство осмислює власне минуле та майбутнє. Українські драматурги, режисери, актори та продюсери часто звертаються до тем історичної (культурної) пам’яті, боротьби за свободу та її самобутності. Такі вистави не лише відображають реальність, а й сприяють формуванню спільної системи цінностей, що колегіально об’єднує суспільство. Дослідники відзначають, що театр здатний впливати на культуру, адже через художні образи та

сюжетні конфлікти відтворюються важливі для суспільства мистецькі ідеології [1].

Крім того, сценічні проєкти створюють простір для діалогу між різними групами суспільства. У театрі глядач стає не лише спостерігачем, а й співучасником емоційного переживання. Перегляд вистав допомагає глядачеві відчути єдність та підтримку, що особливо важливо в роки соціальної нестабільності. У сучасних культурних практиках все частіше використовуються інтерактивні та імерсивні форми театру, які залучають глядача до безпосередньої взаємодії з акторами та сюжетом. Такі проєкти сприяють глибшому переживанню теми вистави та створюють атмосферу спільного переживання.

У періоди криз мистецтво також стимулює розвиток нових творчих форм. Конституційні обмеження, соціальна нестабільність, війна, політична криза змушують митців шукати «нові» способи вираження. Наприклад: під час пандемії та інших глобальних криз театри почали активно експериментувати з цифровими форматами, онлайн-показами вистав та новими формами сценічної взаємодії. Такі зміни демонструють здатність мистецтва адаптуватися до нових умов і знаходити нові методи комунікації з аудиторією [2].

Важливим аспектом сценічних проєктів є також їх освітня функція. Театр здатний не лише розважати, а й формувати світогляд глядача. Через постановки, які порушують актуальні соціальні теми, суспільство отримує можливість осмислювати питання історії, культури, моральних цінностей та громадянської відповідальності. Тож, мистецтво часто стає важливим елементом культурної політики держави та інструментом культурної дипломатії.

Отже, мистецтво в часи криз відіграє надзвичайно важливу роль у житті суспільства. Сценічні проєкти допомагають людям пережити складні події, сприяють психологічній реабілітації та формують відчуття спільності. Водночас, вони зміцнюють національну ідентичність, зберігають історичну пам’ять і створюють простір для культурного діалогу. Розвиток театру та інших форм сценічного мистецтва є важливим чинником культурної стійкості суспільства у кризові періоди.

Список використаних джерел

1. Юган Н. Формування національної ідентичності українського суспільства засобами театру. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ. 2019. С. 341 – 345.
2. Коробко М. Театр як культурний інститут. Українські культурологічні студії. Київ. 2025. С. 55 – 60.
3. Протас М. Тенденції та ризики кризи мистецтва посткультури. Художня культура. Актуальні проблеми. Київ. 2019. С. 78 – 89.

КИЇВСЬКА ШКОЛА ТАНЦІВ «DREAM TEAM» ЯК ПРИКЛАД КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ

Кулик Д.А., викладач
Київська школа танців «DREAM TEAM»

Словосполучення «креативні індустрії» відноситься до широкого спектра різноманітних галузей економіки. Поняття «креативні індустрії» охоплює багато різних сфер, кожна з яких має свої унікальні характеристики, але всі вони спільно використовують творчість та креативний підхід у процесі створення продуктів та послуг. ...Креативність (лат. creatio – створення) це творча, новаторська діяльність [1]. З наукової точки зору «креативність розглядається як складне, багатопланове, неоднорідне явище, що виражається через генерування нових та корисних ідей» [2, с. 297]. Як зазначають науковці, «...саме усвідомлення сутності креативності стало важливим фактором для прогресу як окремих осіб, так і суспільства в цілому. Сам термін «культурні індустрії» підкреслює культурну спадщину Європи та елементи її творчої діяльності, які ґрунтуються на традиціях і мистецтві. Отож, в самому понятті «креативні індустрії» робиться акцент на індивідуальному творчому таланті й інноваціях, а також використанні інтелектуальної власності» [3, с. 86–88].

На сьогодні одним з ключових секторів креативних індустрій в Україні є перформативне мистецтво, зокрема танець. Метою даної доповіді є конкретизація організації діяльності закладів у цій сфері на прикладі Київської школи танцю «DREAM TEAM».

Київська школа танців «DREAM TEAM», що існує вже 17 років, заснована професійними танцорами і кваліфікованими викладачами хореографічних дисциплін (рис. 1). Керівник школи – Шимко Сергій, випускник Київського національного університету культури і мистецтв, підприємець, хореограф-постановник, засновник громадської організації «Національна ліга сучасного танцю в Україні», ініціатор масштабних проєктів в сфері сучасного танцю, організатор чисельних батлів, фестивалів, концертів в Україні і за кордоном.

Школа має філії в різних районах міста Києва: Оболонь, Печерськ, Петропавлівська Борщагівка, а також у місті Ужгород. Навчально-виховний процес та дозвілля організовані для учасників різних вікових категорій та різних рівнів підготовки. Можливість отримати впевненість у собі, свободу самовираження, танцювальні навички або професійну підготовку надається в школі за різними стильовими напрямами і формами: сценічного танцю (contemporary dance); спортивного танцю (акробатика); соціального танцю (hip-hop; break-dance; jazz-funk; salsa; twerk; heels; k-pop; латино-американські; twerking тощо).

Кожна філія має відповідний розклад занять за всіма стилями, відвідування яких відбувається за купленими абонементами на місяць, три

місяця або на рік. Надається можливість оплати разових або пробних занять, а також індивідуальних занять різної кількості за абонементами. Школа має табір відпочинку у місті Ірша (Закарпаття) для дітей 6–16 років. Адміністрація школи за участю викладачів організовує проведення конкурсів і фестивалів. Наприклад, конкурс Show you style» школа проводить вже більше 10 років два рази на рік, на яких викладачі та їхні вихованці мають можливість продемонстувати результати навчання.

Навчання contemporary dance в групах авторки рівня підготовки «Pro» 13–15 років відбувається за методикою побудови уроку цього різновиду танцю «модерн» (вправи розігріву, вправи для хребта, Adajio, крос, танцювальні комбінації, імпровізація). Заняття відбуваються 4 рази на тиждень, з них 2 години – постановочна робота. В репертуарі групи – хореографічні мініатюри великої форми авторської хореографії Дарії Кулик: «Тиша»; «Той, хто вказує дорогу», «Початок», «Крок у невідомість» (рис. 2). За результатами індивідуальної роботи з учнями здійснені постановки сольної форми авторської хореографії викладачки: «Час дорослішати»; «Коли ти постукав в мої двері»; «Замкнутий простір» тощо (рис. 1.).

Рис. 1. Кулик Дарія на заняттях з contemporary dance

Всі твори у виконанні учнів групи були презентовані на Всеукраїнських хореографічних конкурсах з отримання

Дипломів переможців I та II ступеня: «Do you wonna dance?»; «Best of the Best»; «Ukrainian dance front»; «Show your style»; «Pro dance fest» та багато інших.

Список використаних джерел

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за наук. ред. В. Г. Бусел. Київ : Перун, 2005. 1728 с.
2. Anderson N., Potočnik K. Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management.* 2014. № 40. P. 297–304
3. Дорошенко О. Ф., Федорова Н. В., Петренко В. О., Дорожко Г. К. Культурні та креативні індустрії: проблема визначень та динаміка їх вжиття. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2024. № 8. С. 86–88. URL: https://www.lsej.org.ua/8_2024/19.pdf (дата звернення: 22.03.2026).

УДК 78.071.5:784.9:792.028

МЕТОДИЧНА АДАПТАЦІЯ ВОКАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ В СИСТЕМІ АКТОРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ

Махотіна Ю.В., провідний концертмейстер
кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій і дизайну

Ключові слова: методична адаптація; акторська підготовка; вокальний матеріал; концертмейстерська діяльність; транспонування; чистота інтонування; двоголосся; гігієна голосу; Estill Voice Training.

Вокальна підготовка актора драматичного театру суттєво відрізняється від академічного навчання вокаліста. Головною метою тут є не вокальна досконалість сама по собі, а створення цілісного сценічного образу. Методична адаптація матеріалу стає необхідною в опануванні вокального твору та поєднанні його виконання безпосередньо з живою акторською дією. У цьому процесі роль концертмейстера є визначальною, оскільки він виступає не лише як акомпаніатор, а й як методист, що здійснює первинну технічну та музичну правку твору.

Розділ I. Технічна адаптація та робота з діапазоном

1.1. Транспонування як засіб виправдання. Для актора з невеликим діапазоном ключовим методом адаптації є зміна тональності. Концертмейстер забезпечує оперативне транспонування «з листа», допомагаючи знайти теситуру, де голос студента звучить найбільш природно. За О. Риб’яком, це знімає психологічний бар’єр перед високими нотами та запобігає вокальним затискачам [4, с. 114].

1.2. Спрощення мелодичної лінії. Адаптування складних пасажів під можливості актора дозволяє перетворити спів на «озвучений монолог». Н. Логвінова наголошує, що спрощена мелодія легше підпорядковується логіці живої мови [2, с. 47]. Концертмейстер може свідомо полегшувати фактуру супроводу, акцентуючи ритмічну основу, щоб актору було легше його сприймати і таким чином утримувати інтонацію.

1.3. Акомпанемент як звукова опора. Для стабілізації інтонації методично необхідно, щоб мелодія була постійно присутня в партії фортепіано. За Н. Фоломеєвою, це створює «акустичний корсет», який підтримує актора, даючи йому змогу діяти, не втрачаючи чистоти строю [1, с. 54]. Для досягнення цієї мети концертмейстер має адаптувати фактуру твору так, щоб була присутня мелодія в тому діапазоні, де вона виконується і максимально підлаштувати гармонічну і ритмічну основу супроводу.

Розділ II. Робота над чистотою інтонування

2.1. Слуховий контроль. Чистота інтонації залежить від координації між внутрішнім слухом та м'язовим відчуттям гортані. Н.Фоломеєва вказує на важливість вправ на «передчуття звуку» перед його відтворенням [1, с. 38]. Концертмейстер допомагає актору, виділяючи гармонічні вертикалі, що «підказують» потрібну ноту, додає початкову ноту в мелодії в паузах або затактах.

2.2. Концепція «співаючого слова». В акторському вокалі первинним є слово. Якщо кожна інтонація виправдана емоційним наміром, фальш зникає природним шляхом. Коли нота стає не самоціллю а «словом», звук підпорядковується логіці думки, а не сухому інтервалу [2, с. 56].

Розділ III. Адаптація народної пісні та двоголосся

3.1. Архетипічна природа фольклору. Народна пісня адаптується як архетипічна дія. За О. Риб’яком, вона вимагає «земної» опори звуку та виправдання діалектизмів через акторську задачу [4, с. 158]. Вивчення народної пісні потребує додаткової роботи з самим текстом,опрацювання розспівів, адаптації вимови різних складів до основної мелодії.

3.2. Методика двоголосся. Це діалог двох характерів. За М. Рушковським, адаптація в ансамблі вчить актора тримати власну лінію дії, не втрачаючи контакту з партнером [7, с. 84]. Концертмейстер на етапі розучування фактурно й динамічно виділяє кожну партію, допомагаючи акторам- ансамблістам швидше адаптувати слух до гармонічних інтервалів, звертає увагу виконавців до висотного співвідношення інтервалів між собою.

- Вправа «Монолог у дуеті»: Опрацювання вокальної партії як автономної сповіді для створення «зіткнення характерів» [4, с. 142].
- Вправа «Унісон-розходження»: Привчає відчувати «точку опори» у спільному багатоголосному звуці перед самостійним інтонуванням [1, с. 62].

Розділ IV. Гігієна голосу та релаксація гортані

4.1. Профілактика втоми. Для актора гігієна — це професійна виживаність. Н. Фоломеєва рекомендує вправи для відновлення апарату після навантажень [1, с. 22-25]**:**

- «Беззвучний позіх»: Створює відчуття «вільного горла».
- «Вібратор» (Lip Trill): Продування повітря («бр-р-р»). Це найкращий мікромасаж для госових зв'язок, що вирівнює тиск [1, с. 44]**.**
- «Стогін»: Допомагає м'яко зімкнути голосові зв'язки без удару.

4.2. Система Estill Voice Training. Для екстремальних жанрів (мюзикл, рок) використовується модель Дж. Естіл. Прийоми типу Twang, які досить широко використовуються у виконанні сучасних естрадних вокальних творів, дозволяють звучати потужно, не пошкоджуючи гортань [6, p. 52]**.**

Розділ V. Психофізичне виправдання

Будь-яке вокальне завдання адаптується через «психологічний жест» М. Чехова. Фізичний імпульс (кидок, порив) на кульмінаційній ноті робить звук вільним і захищеним від затискачів [3, с. 94]**.** Вокал стає частиною «наскрізної дії» за К. Станіславським, де кожна фраза виправдана «запропонованими обставинами» [5, с. 312]**.**

Висновки. Методична адаптація — це комплексний процес, що поєднує технічну корекцію концертмейстера, адаптацію під фізичні можливості актора, гігієнічний контроль та акторську психотехніку. Вона перетворює вокальний музичний твір на інструмент дії, де чистота інтонації та здоров'я голосу є наслідком внутрішньої правди виконавця.

Список використаних джерел

1. Фоломеєва Н. А. Основи співа: навч. посіб. Суми : СДПУ ім. А. С. Макаренка, 2003. 132 с.
2. Логвінова Н. Р. Актор і пісня : навч. посіб. Київ : КДІТМ ім. І. К. Карпенка-Карого, 1982. 112 с.
3. Чехов М. О. Про техніку актора / пер. з англ. С. Гірняка. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. 214 с.
4. Риб'як О. В. Вокальна підготовка майбутнього актора драматичного театру: теорія та методика : монографія. Івано-Франківськ : ПНУ ім. В. Стефаника, 2015. 240 с.
5. Станіславський К. С. Робота актора над собою. Київ : Мистецтво, 1953. 668 с.
6. Estill J. The Estill Voice Model: Theory and Translation. Pittsburgh : Estill Voice Training Systems, 1988. 180 p.
7. Рушковський М. М. Майстерність актора: від вправи до вистави. Київ : КНУТКіТ ім. І. К. Карпенка-Карого, 2010. 192 с.

ВПЛИВ АКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ НА РЕАЛЬНЕ ЖИТТЯ В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЯХ: АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ АКТОРСЬКИХ ТЕХНІК У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТЕАТРІ ТА КІНО

Артемова Я., здобувач вищої освіти
Джим П.-Е., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій і дизайну

Ключові слова: культурні індустрії, креативні індустрії, акторська майстерність, перформативні мистецтва, метод Станіславського, український театр, вплив на реальне життя, емоційна грамотність, українська колекція, музичний арт-об'єкт.

У системі сучасних культурних та креативних індустрій акторська майстерність розглядається як комплексний синтетичний феномен, де емоційно-психологічна єдність є запорукою успішної комунікації зі споживачем. Вплив акторської майстерності на реальне життя, зокрема застосування технік втілення ролей у повсякденному спілкуванні та емоційній регуляції, виступає не лише маркетинговим інструментом, а й важливою складовою художньої концепції артиста, що і зумовлена необхідністю аналізу перформативного матеріалу як джерела вивчення емоційної культури та ідентифікації українського контенту в глобальному полікультурному просторі.

З огляду на останні дослідження перформативних мистецтв, варто зосередити увагу на статті І. Гавран «Психологічні стратегії актора в процесі втілення ролей у театрі та кіно» [1], де демонструється широка панорама вітчизняного акторського мистецтва, охоплюючи різноманітні напрями від академічної гри до етно, сучасного та поп-стилів. У самому виданні фіксується перехід від поодиноких ролей до системного формування ринку креативних індустрій, прикладом чого став масштабний театральний проект у контексті перформативних мистецтв. Кожен об'єкт перформативного мистецтва, представлений у дослідженні, є свідченням пошуку унікальної акторської мови, що відповідає естетиці конкретного напряму.

Однією з ключових проблем візуальної репрезентації в українському перформативному мистецтві є забезпечення автентичності та концептуальності втілення ролі. Аналіз практичних кейсів (в т. ч. – акторського втілення), наведених у виданні І. Гавран, свідчить про використання акторських технік як засобу підсилення емоційного змісту. Так, до прикладу: у творчості акторів сучасних українських театрів візуальне оформлення (зокрема таких постановок як-от: «Гори за селом», «Говорять і показують…») корелюється з їхньою етно-естетикою, де іронія поєднується з глибинними гуцульськими архетипами [5]. З-поміж іншого, варто звернути увагу на акторську майстерність у постановках, що

демонструють еволюцію акторських образів вітчизняної культури від постмодерної естетики 90-х рр. XX ст. до виразного стилю XXI ст., де підкреслюється динаміка розвитку креативності акторського бренду [4].

Таким чином, перформанси акторських втілень стають підґрунтям додаткового смислового навантаження, перетворюючи фізичний носій на арт-об'єкт, що є критично важливим для збереження цінності продукту в епоху цифризації.

Однак, подальшого наукового вивчення потребує трансформація акторських стратегій у умовах переходу від матеріальних носіїв до стрімінгових сервісів (інтернет джерел). Важливим вектором є аналіз того, як акторська майстерність у цифрових форматах (cover art онлайн-перформансів) успадковує традиції художнього оформлення театральних постановок, описаних у дослідженнях. Також перспективним є дослідження впливу фестивального менеджменту на акторську стилістику колективів, що брали участь у таких творчих заходах як-от: «Червона рута» [2] або фестиваль «Рок екзистенція» [3].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що акторська складова українських перформативних продуктів є невід'ємною частиною креативного продукту, яка фіксує культурний контекст епохи. Приклади втілення ролей акторів сучасних театрів та кіно підтверджують, що якісна акторська майстерність є засобом ідентифікації артиста в полікультурному середовищі. Вибрана перформативна вибірка, представлена у виданні, слугує базою для розуміння того, як українська креативна індустрія вибудовувала свою акторську мову протягом десятиліть.

Список використаних джерел

1. Гавран І. Психологічні стратегії актора в процесі втілення ролей у театрі та кіно. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2025.
2. Роль театрального мистецтва у часі війни. Збруч. Культура. 12 квітня 2023. URL: https://zbruc.eu/node/115133 (дата звернення: 21.03.2026).
3. Подунай Я. Фестивалі театрального мистецтва 1990-х років в Україні як каталізатор розвитку українського театру. Наукові та практичні дослідження розвитку естрадно-вокального мистецтва: матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 01 грудня 2022 року). Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила», 2022. С. 140–144.
4. Пукас А. Метод Станіславського в акторській майстерності (1989–2015): поетикальний, стилістичний і суспільно-філософський аспекти: бакалаврська робота. Український католицький університет. Кафедра філології. Львів: УКУ, 2024. 49 с.
5. Абрамович О. Майстерність актора як засіб розвитку особистості. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2023.

НАЦІОНАЛЬНИЙ АКАДЕМІЧНИЙ ДРАМАТИЧНИЙ ТЕАТР ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА В УМОВАХ ВІЙНИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН У КОНТЕКСТІ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Гісь Д.І., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури,
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: український театр, театр війни, російсько-українська війна, театр імені Івана Франка, документальний театр, театр свідчення, театр пам'яті, культурна ідентичність, арттерапія, соціокультурні трансформації, репертуарна політика, національно-ідентифікаційна функція.

Сучасна педагогічна діяльність дедалі виразніше виявляє свою сутність у площині формування духовно-культурної ідентичності студентів, становлення їхньої особистісної цілісності, розвитку етичної відповідальності та творчого потенціалу. У цьому контексті педагогічна харизма постає як інтегративний феномен, що охоплює ціннісно-духовні орієнтири педагога, високий рівень фахової компетентності, комунікативну майстерність та здатність до емпатії, а також спроможність ініціювати емоційний резонанс у взаємодії «викладач – студент».

Зазначений феномен не може бути редукований до природженої обдарованості чи суто індивідуальної властивості особистості. Натомість харизма формується внаслідок цілеспрямованого духовно-ціннісного самовдосконалення педагога, систематичного розширення професійних знань, розвитку емоційного інтелекту та рефлексивного осмислення власної педагогічної практики. Відповідно, харизматичний викладач – це фахівець, здатний органічно інтегрувати теоретичну компетентність, творчу активність, моральну стійкість і психологічну сенситивність із метою цілеспрямованого впливу на формування світогляду та розкриття творчого потенціалу студентів [3].

Різноманітні аспекти функціонування українського театру в умовах російсько-української війни стали предметом наукового осмислення у працях мистецтвознавців, культурологів, істориків та філологів. Аналіз наявної історіографії засвідчує активізацію міждисциплінарних досліджень, пов'язаних із проблематикою українського театрального мистецтва, та вихід наукового дискурсу за межі вузькофахової проблематики історії, теорії і практики сценічного мистецтва. Сьогодні театрознавча проблематика інтегрується до культурологічного, філософського, психологічного та суміжних дискурсів, що відображає загальносвітові тенденції міждисциплінарної відкритості гуманітарного знання.

Український театр, зокрема Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка виявляє активну соціальну позицію, долучаючись до суспільних дискусій, спрямованих на осмислення трагічного досвіду сучасної війни, та формує безпечний публічний простір для колективного емоційного переживання нової соціокультурної реальності.

Окремої уваги заслуговує трансформація творчої діяльності колективів українських театрів від початку повномасштабної фази російсько-української війни. Дослідження охоплюють діяльність театральних інституцій у період лютого-листопада 2022 року та фіксують характерні зміни, проблеми і тенденції їхнього функціонування в екстремальних умовах воєнного часу. Зокрема, у репертуарній політиці квітня-листопада 2022 року простежується звернення театрів до класичних творів та сучасної драматургії, що зумовлено усвідомленням терапевтичного потенціалу театрального мистецтва. Проживання і вербалізація травматичного досвіду засобами сцени розглядається як дієвий інструмент психологічної реабілітації [4]. Відповідно, режисери дедалі частіше звертаються до п'єс, написаних після 24 лютого 2022 року, а також до документального матеріалу як художньої основи нових постановок.

Поняття «театр війни» охоплює розгалужену систему термінів і позначає сукупність сучасних сценічних практик, що звертаються до реальності збройного протистояння, досвіду очевидців та механізмів культурної пам'яті. Зокрема, театр імені Франка документальний театр конституює драматургічну основу з інтерв'ю, архівних матеріалів та задокументованих подій; театр свідчення (witnessing theatre) наголошує на етичній відповідальності публічної артикуляції травматичного досвіду. Театр пам'яті, своєю чергою, зосереджується на комеморативних практиках, збереженні та рефлексивному переосмисленні колективних наративів. У вказаному контексті театр постає як інституційний механізм соціальної та міжпоколінної трансмісії досвіду.

Попри концептуальну близькість, «театр війни» не є ідентичним жодному з названих напрямів, хоча перетинається з кожним із них на рівні художніх стратегій і способів осмислення дійсності. Документальність функціонує як один із можливих інструментів, однак не конституює обов'язкової жанрової ознаки: поряд із вербатімом і практиками свідчення активно застосовуються алегоричні, метафоричні та символічні моделі художньої репрезентації воєнної реальності. Політичний вимір є майже невід'ємною характеристикою таких практик, проте міра його вираженості варіюється від відкритих маніфестаційних форм до інтимної суб'єктивної рефлексії. Пам'ять становить суттєвий, але не вичерпний фокус «театру війни», оскільки зазначений феномен реалізує також функції художнього відгуку на актуальні події, суспільної мобілізації, психологічної реабілітації та публічного рефлексивного дискурсу [2]. У межах цієї широкої концептуальної рамки «театр війни» охоплює й класичні сценічні

форми, що в умовах збройного конфлікту виконують функції культурної тяглості, психологічної стабілізації, ескапізму та відтворення соціальної нормативності.

Перші тижні повномасштабного вторгнення справили руйнівний вплив на культурно-мистецькі процеси в Україні: часткове знищення театральної інфраструктури, вимушена внутрішня міграція та еміграція мистецьких кадрів, загроза фізичній безпеці митців, а також перепрофілювання театральних приміщень на гуманітарні центри та волонтерські майданчики. У цей період суспільного резонансу набуло інтерв'ю на телеканалі «ДІМ» – «Український театр під час війни: нова реальність», – у якому взяли участь режисери Станіслав Мойсеєв і Тамара Трунова, а також актор, режисер та генеральний директор – художній керівник Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка Євген Нищук. Учасники дискусії висловили міркування щодо стану українського театру в умовах воєнного часу, акцентуючи на зростанні його художньої та арттерапевтичної ролі в суспільстві, посиленні національно-ідентифікаційної функції, а також на значенні театральної інституції як чинника підтримки морального духу громадян, учасника відновлювальних і трансформаційних процесів у країні та інструменту популяризації української культури на міжнародній арені через закордонні гастролі.

У медійному просторі цього періоду набули поширення подкасти та аудіоматеріали на актуальну тематику театрального мистецтва [1]. Зокрема, подкаст «Культур Фіртель» («Театральне мистецтво. Виклики та висновки української культури під час війни»), аудіоінтерв'ю на радіо «Накипіло» («Театральний менеджмент в умовах війни. Наталія Вальтер-Буйнова, Аліна Богданович»), а також матеріали «Radio NV» («Кому треба театр під час війни. Курочкін, Ткачук і Мацарський») засвідчують активне публіцистичне осмислення трансформацій театральної культури.

Отже, Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка в умовах повномасштабної російсько-української війни функціонує як багатовимірний соціокультурний феномен, що виходить далеко за межі суто мистецької інституції. Театр постає одночасно як простір колективного переживання травматичного досвіду, інструмент психологічної реабілітації та арттерапії, осередок збереження національно-культурної ідентичності й чинник підтримки морального духу суспільства.

Трансформація репертуарної політики та художніх стратегій театру після 24 лютого 2022 року відображає загальні тенденції українського театрального мистецтва воєнної доби: активне звернення до сучасної та документальної драматургії, переосмислення класичної спадщини крізь призму воєнного досвіду, посилення комеморативних і терапевтичних функцій сценічного мистецтва. Театр імені Франка органічно інтегрує концептуальні моделі «театру війни» – документальність, свідчення,

пам'ять – зберігаючи водночас функції культурної тяглості та соціальної стабілізації.

Список використаних джерел

1. Бенюк Б.-Г. Український театр в часі війни: публіцистичний та науковий дискурс. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2024. № 4. С. 451–457.
2. Бортнік Ж. І. Між документальним та постдокументальним: вектори пошуків сучасної української драми. *Брехтівський часопис (Brecht-Heft)*. 2023. № 9. С. 57–71.
3. Бурназова В. Феномен харизми викладача у процесі становлення духовно-культурної ідентичності студентів. *Естетика і етика педагогічної дії*. 2025. Вип. 32. С. 60–71. https://doi.org/10.33989/2226-4051.2025.32.347815
4. Цисельська О. Український театр в умовах російсько-української війни: історіографія питання. *Питання культурології*. 2025. № 46. С. 126–137. https://doi.org/10.31866/2410-1311.46.2025.348534

УДК 792.01:37.013.2
ORCID https://orcid.org/0009-0001-5836-5016

ТЕАТРАЛЬНА ПЕДАГОГІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ОСОБИСТІСНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Городенко А.Б., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Бурназова В. В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: театральна педагогіка, творчість, освіта, особистість, педагогічна майстерність, особистісна трансформація.

Театральна педагогіка є сучасним напрямом освітньої діяльності, який поєднує мистецтво театру з навчальним процесом. Вона орієнтована не лише на засвоєння знань, а й на формування цілісної, творчої та емоційно розвиненої особистості. У сучасних умовах освіти особлива увага приділяється розвитку комунікативних здібностей, креативності та емоційного інтелекту – і саме театральна педагогіка ефективно реалізує ці завдання [1; 6].

Театральна педагогіка виступає як інструмент особистісної трансформації, оскільки впливає на людину комплексно: залучає не лише інтелект, а й емоції, тіло, уяву та досвід. Через участь у театралізованій діяльності людина не просто засвоює інформацію, а проживає її, що значно підсилює ефект навчання та саморозвитку [2].

Однією з ключових функцій театральної педагогіки є розвиток творчої особистості. Вона сприяє формуванню креативності та нестандартного мислення, уяви та фантазії, емоційної чутливості, здатності до самовираження. У процесі театральної діяльності активізуються різні психічні процеси: пам'ять, увага, мислення, уява – завдяки тому, що навчання набуває ігрової та емоційно насиченої форми.

Театральна педагогіка є ефективним засобом формування педагогічної майстерності вчителя. Дослідники наголошують, що педагогічна техніка поділяється на внутрішню (психічну) та зовнішню (фізичну). До внутрішньої належать: самоконтроль, емоційна стійкість, концентрація уваги, здатність до саморегуляції. До зовнішньої – мовлення (інтонація, дикція, темп), міміка, жести, пластика тіла [5].

У формуванні вербальної техніки важливу роль відіграють засоби театральної педагогіки: сценічне мовлення, образність висловлювання, імпровізація. Саме через театральну практику педагог стає більш виразним, впевненим і здатним ефективно взаємодіяти з аудиторією. Такий підхід забезпечує гармонійне поєднання логічного мислення з емоційним переживанням, що робить навчання більш глибоким і усвідомленим [3; 4].

Важливим аспектом театральної педагогіки є розвиток емоційної сфери: усвідомлення власних емоцій, керування ними, вираження почуттів через мову тіла та мовлення, розуміння емоцій інших людей. Театральні вправи створюють безпечне середовище, у якому можна експериментувати з емоціями, не боячись помилок, що допомагає подолати внутрішні бар'єри та страх публічних виступів.

Особистісна трансформація у театральній педагогіці відбувається через діяльність. Основними механізмами є: рольова гра, імпровізація, колективна творчість, проживання ситуацій. Роль дозволяє людині вийти за межі звичного «я» і спробувати нові моделі поведінки. Імпровізація розвиває спонтанність, гнучкість мислення та здатність швидко реагувати на зміни. Колективна діяльність формує навички взаємодії, відповідальності та співпраці [1; 7].

У навчальному процесі використовуються різноманітні театральні методи: драматизація навчального матеріалу, рольові ігри, інсценізація, етюди, імпровізаційні вправи, робота з текстами (монологи, діалоги). Особливу роль відіграє створення спеціального творчого середовища із використанням реквізиту, костюмів, музики. Театральна педагогіка також ефективно застосовується у вивченні мов – виконання ролей та програвання ситуацій сприяють розширенню словникового запасу, покращенню вимови, розвитку інтонації та формуванню комунікативних навичок.

У сучасному освітньому просторі театральна педагогіка набуває особливого значення, відповідаючи потребам суспільства у творчих, комунікабельних, емоційно зрілих особистостях, здатних адаптуватися до

змін. Застосування театральних методів робить навчання більш живим, інтерактивним і ефективним, допомагає перейти від пасивного засвоєння інформації до активної участі у навчальному процесі [2; 6].

Таким чином, театральна педагогіка є ефективним інструментом особистісної трансформації, оскільки забезпечує всебічний розвиток людини – впливає на інтелектуальну, емоційну та соціальну сфери, формує творчу, впевнену та комунікабельну особистість. Її використання в освітньому процесі дозволяє не лише підвищити якість навчання, а й сприяти глибокому самопізнанню та самореалізації.

Список використаних джерел

1. Бурназова В. В. Роль комунікації акторів зі слухачами/глядачами у процесі театрально-сценічної діяльності. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2024. № 2(63). С. 85–99. DOI: https://doi.org/10.31318/2414-052X.2(63).2024.310291

2. Бурназова В. В. Шляхи формування готовності майбутнього вчителя музичного мистецтва до сценічної діяльності у процесі інструментальної підготовки. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. 2023. Вип. 1. С. 210–217. DOI: https://doi.org/10.31494/2412-9208-2023-1-1-210-216

3. Бурназова В. В. Феномен харизми викладача у процесі становлення духовно-культурної ідентичності студентів. Естетика і етика педагогічної дії. 2025. Вип. 32. С. 60–71. DOI: https://doi.org/10.33989/2226-4051.2025.32.347815

4. Бурназова В. В. Освітянин майбутнього покоління: роль креативного викладача в соціокультурному просторі. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2024. Вип. 2. С. 20–27. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/zbirnuk_nayk_praz/2024/2/5.pdf

5. Зязюн І. А. Педагогічна майстерність : підручник. Київ, 2008.

6. Черненко Н. І. Театральна педагогіка як засіб формування педагогічної майстерності. Херсонський державний аграрно-економічний університет. 2021. URL: https://dspace.ksaeu.kherson.ua/handle/123456789/7655

7. Мартиненко І. О. Шкільний театр і педагогічна майстерність вчителя. Modern Information Technologies and Innovation Methodologies of Education. 2019. DOI: https://doi.org/10.31652/2412-1142-2019-54-118-121

УДК 791.43:316.7

КІНОМИСТЕЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ТРАНСЛЯЦІЇ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Ключинська А.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: кіномистецтво, культурні цінності, полікультурне середовище, креативні індустрії, культурна ідентичність

Актуальність. У сучасному глобалізованому світі кіномистецтво відіграє важливу роль у формуванні культурного простору та світогляду суспільства. Воно виступає не лише формою мистецтва, а й потужним засобом комунікації, що здатен передавати культурні смисли, цінності та ідентичність різних народів.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі полікультурного середовища, в якому взаємодіють різні культури, традиції та світоглядні системи. У таких умовах особливого значення набуває проблема трансляції культурних цінностей, збереження національної ідентичності та водночас відкритості до міжкультурного діалогу.

Кінематограф є важливою складовою креативних індустрій, які сьогодні активно розвиваються та впливають на економічні й соціокультурні процеси. Завдяки візуальній природі кіно стає ефективним інструментом поширення культурних наративів у глобальному масштабі.

Мета дослідження – проаналізувати кіномистецтво як інструмент трансляції культурних цінностей у полікультурному середовищі.

Завдання дослідження:

- визначити механізми трансляції культурних цінностей засобами кіно;
- проаналізувати роль кінематографу в полікультурному діалозі;
- окреслити тенденції розвитку кіно як складової креативних індустрій

Культурні цінності є сукупністю матеріальних і духовних надбань суспільства, які визначають його ідентичність та світогляд. За визначенням М. В. Поповича, культура є системою смислів, що формують поведінкові та світоглядні орієнтири людини [6].

Кіномистецтво виступає одним із найефективніших засобів трансляції цих цінностей, оскільки поєднує в собі візуальні, аудіальні та наративні елементи впливу. Як зазначає В. Л. Скуратівський, кіно є феноменом масової культури, що здатен формувати суспільну свідомість [8].

У системі креативних індустрій кінематограф займає важливе місце, оскільки поєднує мистецтво та економіку, створюючи культурний продукт, який має як естетичну, так і комерційну цінність.

Полікультурне середовище характеризується співіснуванням різних культур, що зумовлює необхідність міжкультурної комунікації та взаєморозуміння. У цьому контексті кіно виступає універсальною мовою, здатною долати культурні бар'єри [2].

Механізми трансляції культурних цінностей у кіно включають:

- сюжет і наратив;
- образну систему (символи, архетипи);
- мову, музику та візуальну стилістику;
- репрезентацію традицій і соціальних норм.

Український кінематограф демонструє ефективність цих механізмів. Наприклад, фільм *Тіні забутих предків* (реж. С. Параджанов, 1965) репрезентує традиційну гуцульську культуру, міфологію та обрядовість, формуючи уявлення про національну ідентичність.

Сучасне кіно також активно працює з темою полікультурності. У стрічці Додому (реж. Н. Алієв, 2019) відображено кримськотатарську культуру та проблематику ідентичності в умовах сучасних соціальних трансформацій.

Кінематограф виступає інструментом міжкультурного діалогу, оскільки дозволяє глядачам з різних країн ознайомитися з культурними особливостями інших народів. Як підкреслює Л. І. Брюховецька, українське кіно є важливим засобом збереження культурної пам'яті [1].

В умовах глобалізації національне кіно стикається з викликами стандартизації та культурної уніфікації, однак водночас отримує нові можливості для міжнародної комунікації та популяризації власної культури [4].

Сучасна кіноіндустрія розвивається під впливом глобалізаційних процесів, цифровізації та розвитку стримінгових платформ. Це сприяє розширенню аудиторії та доступності культурного продукту [3].

Цифрові технології змінюють способи виробництва та розповсюдження кіно, роблячи його більш інтерактивним і доступним для різних культурних груп. У результаті посилюється роль кіно як засобу трансляції культурних цінностей.

Перспективи українського кінематографу пов'язані з:

- інтеграцією у світовий культурний простір;
- розвитком національного контенту;
- підтримкою держави та міжнародною співпрацею.

Сучасні фільми, такі як Атлантида (реж. В. Васянович, 2019) та Мої думки тихі (реж. А. Лукіч, 2019), демонструють здатність українського кіно поєднувати локальні культурні коди з універсальними темами.

Отже, кіномистецтво є потужним інструментом трансляції культурних цінностей у полікультурному середовищі. Воно забезпечує

збереження національної ідентичності, водночас сприяючи міжкультурному діалогу та взаєморозумінню.

Кінематограф як складова креативних індустрій має значний потенціал впливу на формування культурної свідомості суспільства. В умовах глобалізації та цифровізації його роль лише зростає.

Перспективи подальших досліджень полягають у більш глибокому аналізі впливу новітніх медіа та цифрових платформ на трансляцію культурних цінностей.

Список використаних джерел

1. Брюховецька Л. І. Український кінематограф: нариси з історії. Київ : АртЕк, 2009. 360 с.

2. Бурназова В. В., Гладун Є. Адаптація українського актора до полікультурного середовища: виклики, успішні стратегії та рекомендації для студентів. // Там само. С. 71-75. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

3. Бурназова В. В., Коробка А. Сучасне кіно між традицією та експериментом: аналіз нових тенденцій. // Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с., С. 185–188. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

4. Бурназова В. В., Шнайдер А. Традиції і трансформація: збереження національного хореографічного і музичного коду в умовах глобалізації. // Там само. С. 124–128. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

5. Конвенція про охорону та заохочення розмаїтості форм культурного самовираження : прийнята Генеральною конференцією ЮНЕСКО 20 жовт. 2005 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/952_008

6. Попович М. В. Нарис історії культури України. Київ : АртЕк, 1998. 728 с.

7. Про державну підтримку кінематографії в Україні : Закон України від 23 берез. 2017 р. № 1977-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19

8. Скуратівський В. Л. Екранні мистецтва у соціокультурних процесах XX ст. : у 2 кн. Київ : ДІТМ, 1997. Кн. 1. 296 с.

УДК 792:159.9:316.77
ORCID https://orcid.org/0009-0001-7546-0920

ГРУПОВА ДИНАМІКА ТА ТВОРЧИЙ КЛІМАТ У ПІДГОТОВЦІ АКТОРІВ ЯК ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА В ПРОСТОРІ СУЧАСНИХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Осадчук Д.І., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: сценічна креативність, групова динаміка, творчий клімат, акторська майстерність, хореографічна імпровізація, сценічна впевненість, соціально-психологічний клімат, позааудиторна діяльність, креативні індустрії, партнерська взаємодія.

Сценічна креативність актора виявляється, зокрема, у здатності вибудовувати діалог із музикою як повноправним учасником сценічного простору. У цьому аспекті визначальну роль відіграють емоційна відкритість виконавця, його спроможність адаптуватися до мінливого ритму сценічної дії та осягати смисловий «підтекст» музичного матеріалу.

Окремої уваги заслуговують інтерактивні форми навчальної роботи – зокрема, музично-пластичні лабораторії, у межах яких студенти досліджують вплив різноманітних ритмічних структур на характер сценічної дії, а також перформативні експерименти, що поєднують звукові ефекти з драматургією руху. Впровадження цифрових технологій, зокрема спеціалізованого програмного забезпечення для створення саунд-дизайну, розширює можливості студентів: вони отримують змогу не лише взаємодіяти з музикою як готовим художнім продуктом, а й самостійно творити її як засіб сценічного вираження [1].

Одним із актуальних нововведень у підготовці фахівців хореографічного мистецтва є інтеграція психологічних компонентів у процес професійного навчання, що передбачає цілеспрямовану увагу до емоційного розвитку особистості здобувача освіти.

У дослідженні охарактеризовано основні психологічні чинники, що детермінують формування сценічної впевненості у студентів хореографічних спеціальностей: рівень самооцінки та віра у власні можливості, характер мотивації та внутрішніх установок, здатність до саморегуляції емоційних станів, а також соціально-психологічний клімат навчального середовища. Встановлено, що сценічна впевненість формується як інтегративний результат взаємодії особистісних характеристик виконавця – самооцінки, емоційної стійкості, мотиваційної спрямованості – та соціально-психологічних умов навчання: характеру

підтримки з боку педагога й колективу, набутого сценічного досвіду та загальної атмосфери в навчальній групі.

Особливу увагу приділено танцювальній імпровізації як ефективному педагогічному засобу розвитку креативності, пластичної розкутості та індивідуальної виразності здобувачів хореографічної освіти. Підкреслено значущість рефлексивного обговорення досвіду, набутого в процесі імпровізаційних занять: таке обговорення не передбачає оцінювання виконання, натомість акцентує увагу на народжених ідеях, моментах творчого осяяння та особистісних відкриттях учасників [2]. Таким чином, досягнення сценічної свободи в хореографії зумовлене не лише вдосконаленням технічної майстерності, а й цілеспрямованим формуванням психологічної готовності здобувачів до повноцінної сценічної діяльності. У сучасній хореографічній практиці імпровізація репрезентована широким континуумом форм – від структурованого варіювання засвоєних технічних елементів у межах заданих умов до радикально вільного тілесно-емоційного самовираження, позбавленого будь-яких канонічних детермінант і сфокусованого на феноменологічному переживанні та артикуляції власної суб'єктності.

Окремою і принципово важливою педагогічною умовою підготовки майбутніх хореографів є позааудиторна діяльність як цілісна виховна система, що охоплює мету, завдання, зміст, організаційні форми та методи роботи, підпорядковані формуванню й розвитку творчої індивідуальності здобувача освіти. Структурним ядром цієї системи в закладах вищої освіти виступає мистецька активність, реалізована через задоволення культурних і дозвіллєвих потреб студентів у різноманітних інституційних та неформальних форматах: молодіжних об'єднаннях за інтересами, фестивальних і конкурсних заходах, наукових конференціях, проєктній діяльності, тренінгових програмах, а також через залучення здобувачів до осмислення культурної спадщини та її активного творення.

Соціально-психологічний клімат тлумачиться як інтегративна характеристика міжособистісних відносин у малій групі, що акумулює комплекс психологічних умов, які детермінують або блокують продуктивну колективну діяльність і особистісний розвиток її учасників. Стосовно акторського середовища зазначений феномен набуває особливої професійної релевантності: сприятливий соціально-психологічний клімат виступає системною передумовою реалізації виконавцями своїх фахових функцій, тоді як здатність до його свідомої підтримки та відтворення конституює самостійну компетентність у структурі акторської майстерності.

Центральним конструктом, що забезпечує стійкість сприятливого психологічного клімату в творчому колективі, є групова згуртованість – соціально-психологічний феномен, в основі якого лежить ціннісно-смислова єдність членів групи та їхня ідентифікація з колективними цілями [3]. Генезис такої згуртованості передбачає наявність

консолідуючої ідеї, здатної продукувати спільний мотиваційний простір, формувати конвергентні інтереси учасників і створювати умови для суб'єктної самореалізації кожного в процесі спільної творчої діяльності.

Отже, сценічна креативність виконавця формується через діалогічну взаємодію з музичним матеріалом, засвоєння навичок активного слухання та чутливості до мікродинамічних змін сценічного простору. Впровадження інтерактивних форм роботи – музично-пластичних лабораторій, перформативних експериментів та цифрових інструментів саунд-дизайну – суттєво розширює творчий арсенал здобувачів освіти.

Хореографічна імпровізація виступає системоутворювальним педагогічним засобом, який сприяє становленню сценічної впевненості, творчої автономії та індивідуальної виразності виконавця. Організована рефлексія імпровізаційного досвіду, позбавлена оцінювального компонента, виконує герменевтичну функцію, забезпечуючи глибинне осмислення здобувачами власного творчого потенціалу.

Таким чином, сприятливий соціально-психологічний клімат у творчому колективі є необхідною умовою продуктивної спільної діяльності й особистісного розвитку її учасників.

Список використаних джерел

1. Бурназова В., Русановичова І. Музичне мистецтво як інструмент розвитку сценічної креативності майбутнього актора: від музично-теоретичних дисциплін до практики музичного супроводу. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.192-195. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

2. Демещук А. С., Курілов Д. В., Ятченко Н. С. Психологія викладання в хореографії: шлях до сценічної свободи. Вісник науки та освіти №8 (38) 2025 с. 1158-1171 https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-8(38)-1158-1171

3. Головатюк І. Г. Сорока О. В. Арттерапія як засіб оптимізації соціально-психологічного клімату у творчому колективі. Методологічні та практичні проблеми професійної підготовки акторів і дизайнерів: матеріали VI науково-методичного семінару / Головні редактори: Г. В. Локарєва, Ю. В. Гончаренко.Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 166 с.

УДК 7.038.6:130.2

ТІЛО ЯК МЕДІУМ У СУЧАСНОМУ ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ

Перевозняк А.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури,
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: тіло, медіум, візуальне мистецтво, body art, перформанс, тілесність, репрезентація, культурні індустрії.

Питання про тіло як засіб художнього висловлювання набуло особливої гостроти в мистецтві другої половини XX – початку XXI століття. Якщо класична естетика розглядала тіло переважно як об'єкт зображення, то сучасне візуальне мистецтво радикально переосмислило цей статус: тіло перетворилося на самостійний медіум – інструмент і матеріал художньої дії водночас. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком перформативних і тілесно орієнтованих практик у просторі сучасних культурних і креативних індустрій. Емпіричну базу дослідження складають архівні матеріали, опрацьовані під час проходження переддипломної практики у Державному архіві м. Києва, що дозволило простежити еволюцію тілесних репрезентацій в українському образотворчому мистецтві у ретроспективному вимірі.

Метою розвідки є аналіз функцій тіла як медіуму у сучасному візуальному мистецтві та виявлення культурних механізмів, що визначають способи його художнього використання.

Поняття «медіум» у даному контексті означає не посередника між художником і глядачем, а власне матеріал і простір, у якому породжується художній смисл. Починаючи з 1960-х років – від хеппенінгів та акцій Венського акціонізму до сучасного body art і перформансу – тіло послідовно ствердилося як самостійна мистецька категорія. Художники Ів Кляйн, Марина Абрамович, Герман Нітш, Крис Берден, а згодом Орлан і Стеларк довели, що тіло здатне поєднувати в собі функції матеріалу, інструменту, знаку і повідомлення. В українському контексті це питання набуло особливої гостроти. Т. Мельник фіксує, що тілесність у вітчизняному візуальному мистецтві стає дедалі активнішим чинником ідентичності та саморепрезентації, зокрема у практиках перформансу, відеоарту та фотографії [5].

У сучасній культурологічній думці медіальний статус тіла пов'язують із перформативним поворотом у гуманітарних науках. Дослідник Р. Русін, аналізуючи тілесність як мистецьку парадигму в контексті еволюції скульптури від класики до постмодернізму, показує, що тіло не є нейтральною поверхнею, а конструюється через зміну культурних та художніх кодів кожної епохи [6]. У візуальному мистецтві ця теза

знаходить практичне втілення. Художники свідомо «програмують» тіло як носій певних культурних кодів – гендерних, расових, класових, національних. Тіло-медіум у такому розумінні є одночасно матеріальним і дискурсивним. Воно говорить мовою культури, навіть коли художник прагне до радикальної автентичності.

Принципово важливим для розуміння тіла як медіуму є зв'язок між сценічними і візуальними практиками. Як зазначає В. Бурназова, паралелі між візуальним і сценічним у культурі України виявляють спільну перформативну природу мистецтва. Тіло художника/виконавця є точкою перетину індивідуального та колективного культурного досвіду [3]. У перформансі та body art ця єдність є особливо очевидною. Глядач стає свідком не зображення тіла, а самого тілесного акту, що надає мистецькій події неповторності та присутності.

Важливу роль у трансформації тіла-медіуму відіграють технології. Цифровізація породила нові форми тілесної репрезентації такі, як відеоарт, net-art, VR-перформанс, дипфейк-портрет. Дослідження музичних середовищ віртуальної та доповненої реальності як педагогічного ресурсу, здійснене В. Бурназовою, свідчить про те, що нові технології принципово змінюють відносини між тілом, простором і глядачем [1]. У візуальному мистецтві цей процес виявляється в появі «пост-тілесних» практик, де межа між реальним і цифровим тілом стає предметом художнього дослідження.

Суттєвим виміром тіла-медіуму є його комунікативний потенціал. Тіло у візуальному мистецтві завжди є адресованим. Воно апелює до глядача, викликає емпатію, відразу або подив. Роль акторсько-глядацької комунікації, досліджена В. Бурназовою на матеріалі сценічного мистецтва [3], цілком застосовна до body art і перформансу, адже тіло художника стає медіумом лише в момент зустрічі з поглядом іншого. Саме в цьому полягає принципова відмінність тілесно орієнтованих практик від традиційних видів образотворчого мистецтва.

Окремої уваги заслуговує питання соціальних медіа як нового контексту побутування тіла-медіуму. Документація перформансу в Instagram, TikTok та YouTube перетворює тілесний акт на тиражований образ, змінюючи його семантику. В. Бурназова та К. Стульнікова фіксують вплив соціальних медіа на розвиток і популяризацію сучасного мистецтва [4], що відкриває нові дослідницькі перспективи для вивчення долі тіла-медіуму в епоху цифрового відтворення.

Таким чином, у сучасному візуальному мистецтві тіло функціонує як поліфункціональний медіум, що поєднує матеріальну присутність, перформативну дію, культурний знак і комунікативний акт. Дослідження цього феномену потребує міждисциплінарного підходу – на перетині культурології, мистецтвознавства, медіатеорії та філософії тілесності, – що відповідає сучасним запитам науки і практики культурних та креативних індустрій.

Список використаних джерел

1. Бурназова В. В. Музичні середовища віртуальної та доповненої реальності як педагогічний ресурс у підготовці майбутніх акторів. Мистецтво як культурно-освітній бренд: проблеми і пріоритети розвитку : зб. матеріалів ІІ Міжнар. симпозіуму. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. С. 63-68. https://doi.org/10.5281/zenodo.17660382
2. Бурназова В. Роль комунікації акторів зі слухачами/глядачами у процесі театрально-сценічної діяльності. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2024. № 2(63). С. 85-99. https://doi.org/10.31318/2414-052X.2(63).2024.310291
3. Бурназова В., Новотна М. Мистецтво як перформативна дія: історичні паралелі між візуальним і сценічним у культурі України. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.188-192. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279
4. Бурназова В., Стульнікова К. Вплив соціальних медіа на розвиток та популяризацію сучасного мистецтва. // *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С.68-71. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279
5. Мельник Т. Тілесність як чинник жіночої образності в культурі України періоду незалежності. Художня культура. Актуальні проблеми. 2022. № 18(1). С. 96-101.
6. Русін Р. М. Тілесність як атрибутивна ознака скульптури (європейський контекст). Вісник: Українські культурологічні студії. 2017. № 1(1). С. 87-93. https://doi.org/10.17721/UCS.2017.1.19

УДК 792.01:7.038.53

ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ АКТОРА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ПЕРФОРМАТИВНИХ ПРАКТИК

Прокопенко К. Р., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Бурназова В. В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: вербальні засоби виразності, невербальна комунікація, акторська майстерність, перформативні практики, сценічне мистецтво, тілесність, інтонація.

Сучасне сценічне мистецтво переживає період активних трансформацій, зумовлених розвитком перформативних практик та інтеграцією театру в простір креативних індустрій. У цьому контексті питання вербальних і невербальних засобів виразності актора набуває нового звучання: вони перестають бути лише технічними інструментами і стають смислотворчими елементами перформативного висловлювання. Особливої актуальності проблема набуває в умовах постдраматичного театру, де, за Г.-Т. Леманом, драматичний текст поступається місцем тілесній присутності й живій енергії виконавця [6]. Студенти спеціальності «Перформативні мистецтва» формують власний художній арсенал саме тоді, коли кордони між театром, перформансом і медіамистецтвом стрімко розмиваються.

Вербальні засоби виразності актора охоплюють голос, мовлення та їхні компоненти: темп, ритм, тембр, висоту, гучність, паузу та, передусім, інтонацію. Як зазначає Бурназова В. В., комунікація актора зі слухачем/глядачем є складним психофізичним процесом, у якому голос і слово виступають носіями художнього образу [1]. Дослідниця також доводить, що впровадження інтерактивних форм взаємодії – зокрема гейміфікації – суттєво змінює характер акторсько-глядацької комунікації і вимагає від виконавця гнучкого поєднання вербальних і паравербальних засобів [2]. Сучасна перформативна практика розширює функцію слова. Воно може бути деконструйованим, фрагментованим, відчуженим від значення, і саме тоді набуває максимальної виразності.

Невербальні засоби виразності включають жест, міміку, погляд, позу, пластику тіла, просторові відносини між учасниками дії та характер тиші. Хлистун О. С. довела, що пластичні та мовні засоби є превалюючими у процесі акторського перевтілення і займають провідне місце в системах Станіславського, Мейєрхольда [3]. Аналіз театру Леся Курбаса також засвідчує, що новаторство у сфері виразності акторської гри ґрунтується саме на органічному синтезі слова і тіла [4]. Невербальна комунікація є поліфункціональною. Вона не лише доповнює, а й замінює, акцентує або заперечує вербальне повідомлення, що особливо важливо в умовах перформативного дійства [5].

В умовах сучасних перформативних практик – site-specific театру, імерсивних вистав, постдраматичного театру – засоби виразності актора зазнають суттєвої переоцінки. Р. Шехнер визначає перформанс як широкий спектр дій, де тіло виконавця є центральним інструментом висловлювання, а кожна вистава є унікальною завдяки нюансам голосу, рухів і контексту [7]. Нейронаукові дослідження підтверджують, що між тілесними рухами актора та його голосовими характеристиками існують значущі кореляції. Розширення тіла у просторі супроводжується підвищенням висоти й гучності голосу – це «мультиканальне підсилення» виразності [8]. Бурназова В. зі співавторами доводять, що здатність органічно поєднувати

різні комунікативні канали є ключовою компетентністю актора-перформера [9].

Аналіз сучасних перформативних практик дозволяє виокремити кілька тенденцій у використанні засобів виразності. По-перше, рух від репрезентації до презентації, коли актор присутній як самодостатня художня подія – саме це Леман позначає як відмову постдраматичного театру від принципу фігуративності [6]. По-друге, «тілесна революція» за визначенням Кемпа Р. обґрунтована з позицій нейронауки, що актор мислить тілом, а втілення є первинним щодо слова [10]. По-третє, інтерактивність і включення глядача змінюють саму природу акторсько-глядацької комунікації, що потребує від виконавця особливої гнучкості у застосуванні усього спектру засобів виразності.

Таким чином, вербальні та невербальні засоби виразності актора в контексті сучасних перформативних практик є не просто технічним арсеналом, а складовою художньої мови, що постійно оновлюється. Їх органічна взаємодія визначає якість акторської присутності та ефективність комунікації з глядачем. Для студентів спеціальності «Перформативні мистецтва» усвідомлення цих засобів на теоретичному рівні й опанування ними на практиці є фундаментом професійного становлення в умовах динамічних трансформацій сучасних креативних індустрій.

Список використаних джерел

1. Бурназова В. В. Роль комунікації акторів зі слухачами/глядачами у процесі театрально-сценічної діяльності. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2024. № 2(63). С. 85-99. https://doi.org/10.31318/2414-052X.2(63).2024.310291

2. Бурназова В. В. Вплив технологій гейміфікації на акторсько-глядацьку комунікацію в контексті розвитку сучасного сценічного мистецтва. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2024. № 3(64). С. 44-59. https://doi.org/10.31318/2414-052X.3(64).2024.314742

3. Хлистун О. С. Особливості застосування пластичних та мовних засобів у процесі створення сценічного образу: мистецтвознавчий аналіз методів акторського перевтілення. Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство. 2017. Вип. 37. С. 98-114.

4. Хлистун О. С. Театр Леся Курбаса: нові засоби виразності акторської гри. Питання культурології. 2017. Вип. 32. С. 187-204.

5. Клочко Т., Росса О., Бережанська О. Поняття, роль та складові невербальної комунікації. Молодий вчений. 2024. № 6.1 (130.1). С. 22-26. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6.1-131.1-5

6. Lehmann H.-Th. Postdramatic Theatre / transl. by K. Jürs-Munby. London ; New York : Routledge, 2006

7. Schechner R. Performance Studies: An Introduction. 4th ed. New York; London : Routledge, 2021. 384 p.
8. Brown S., Cockett P., Yuan Y. Correlated expression of the body, face, and voice during character portrayal in actors. Scientific Reports. 2022. Vol. 12. https://doi.org/10.1038/s41598-022-11233-z
9. Burnazova V., Yunyk D., Yunyk I., Yunyk T., Kotova L. Complex Abilities of Communicators and Specificity of Their Formation. Journal of History Culture and Art Research. 2019. Vol. 8(2). P. 136-145. https://doi.org/10.7596/taksad.v8i2.2072
10. Kemp R. Embodied Acting: What Neuroscience Tells Us About Performance. New York ; London : Routledge, 2012. 236 p.

УДК 792:159.9:316.77
ORCID https://orcid.org/0009-0002-9410-7070

ЕМПАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СЦЕНІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ АКТОРА І ГЛЯДАЧА

Пухальська С.С., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: емпатія, сценічна взаємодія, актор, глядач, театральне мистецтво, психологія сприйняття, комунікація, емоційна виразність, художній текст, когнітивний компонент, емоційний компонент, ідентифікація з персонажем**.**

Театрально-сценічна діяльність є складним процесом, в основі якого лежить взаємодія акторів із глядачами. Вона має виразну комунікативну природу, оскільки саме через цю взаємодію актори передають аудиторії свої думки, почуття та ідеї, а глядачі їх сприймають, осмислюють і оцінюють. Результативність такої діяльності значною мірою визначається здатністю акторів чітко й виразно доносити зміст, а також готовністю аудиторії його адекватно інтерпретувати.

Комунікація посідає центральне місце в театрі. Її діалогічний характер забезпечує передачу емоцій і смислів персонажів, водночас активізуючи зворотний відгук глядачів. У процесі сприйняття аудиторія взаємодіє не лише з акторами, а й між собою та іншими учасниками творчого процесу, що сприяє глибшому співпереживанню й досягненню катарсису [1; 2].

У цьому контексті психологія глядача постає як вагома складова як теоретичного осмислення, так і практичної реалізації сценічних мистецтв. Її предметне поле охоплює дослідження реакцій аудиторії, емоційних та

когнітивних процесів, що супроводжують сприйняття вистави, а також характер впливу сценічного дійства на свідомість реципієнта.

Водночас розуміння й цілеспрямована активізація складових феномену психології глядача є ключовими чинниками творення сценічного дійства, покликаного не лише виконувати розважальну функцію, а й здійснювати глибокий емоційний вплив на аудиторію. Такий аналіз уможливлює поглиблене вивчення механізмів емоційного та когнітивного обміну між виконавцем і аудиторією, що своєю чергою сприяє підвищенню художньої ефективності постановок і якості глядацького досвіду [4].

Проблема емпатії є предметом активного міждисциплінарного дискурсу в галузі психології, педагогіки, філософії та літературознавства. Сучасні цифрові платформи не лише забезпечують розширений доступ до літературних джерел, а й уможливлюють застосування мультимодальних форматів репрезентації змісту.

У структурі емпатії дослідники виокремлюють когнітивний та емоційний компоненти. Через механізм ідентифікації з героєм у читача формується здатність до децентрації – сприйняття ситуації з альтернативної суб'єктної позиції, що є фундаментальною ознакою розвиненої емпатійної реакції [3].

З огляду на специфіку театрального мистецтва, безпосередніми учасниками комунікації виступають актори як ретранслятори сценічного тексту та глядачі як його реципієнти. У театрі функціонує широкий спектр форм комунікації, адже це мистецтво поєднує різні способи взаємодії для створення цілісного й емоційно насиченого досвіду глядачів. Вербальна комунікація ґрунтується на використанні слова. У театральному мистецтві вона слугує засобом передавання змісту – думок, ідей, сюжетів і смислів, закладених у драматургічному матеріалі.

Невербальна комунікація, навпаки, здійснюється без слів і відіграє надзвичайно важливу роль у міжособистісній взаємодії. Дослідники підкреслюють її значущість, зазначаючи, що слова інколи стають лише допоміжним засобом, коли інші форми вираження виявляються недостатніми.

У театрі невербальні засоби є ключовими для передавання внутрішніх станів персонажів. До них належать міміка, жести, пластика тіла, інтонаційні характеристики голосу. Саме через ці засоби формується емоційна атмосфера, розкриваються характери та взаємини героїв, а також підсилюється зміст вербального тексту. Глядацька аудиторія також бере участь у невербальній взаємодії: реакції на кшталт сміху, оплесків чи сліз стають своєрідними сигналами зворотного зв’язку. Така взаємодія сприяє виникненню відчуття спільності, поглиблює емоційне переживання й підсилює катарсичний ефект. Актори, як ключові учасники театрально-сценічної діяльності, відповідають за донесення до глядачів певного змісту та ідейного послання.

Ефективність сценічного впливу значною мірою залежить від того, наскільки майстерно актори володіють цими засобами та вміло їх поєднують [1; 2].

Тісний взаємозв'язок сценічних практик і психології глядача виявляється в низці взаємопов'язаних аспектів – від специфіки акторської майстерності до психологічного впливу сценічного дійства на всіх його учасників.

Особливе місце серед них посідає емоційна виразність як фундаментальний інструмент акторської гри. У теорії та практиці сценічного мистецтва сформувалися два провідних підходи до її реалізації. Перший – метод переживання – передбачає занурення актора у внутрішній емоційний стан персонажа через актуалізацію власного суб'єктивного досвіду. Другий – метод фізичних дій – ґрунтується на принципі формування емоційних станів через тілесний рух і пластику.

Не менш значущим є психофізіологічний вимір творчого процесу в сценічному мистецтві. Ефективна передача емоційних станів вимагає від виконавця опанування техніками контролю дихання, голосу, міміки та жесту. Невід'ємною складовою підготовки до виступу є застосування методів релаксації та психічної концентрації – зокрема йоги та медитації, – спрямованих на регуляцію передсценічного стресу. Окремої уваги потребують подолання творчих блоків і сценічного страху, а також розвиток асоціативного мислення й уяви як інструментів створення художнього образу.

Психологія сприйняття аудиторії, своєю чергою, досліджує механізми глядацького реагування на емоційні стани та події, що розгортаються на сцені, і розробляє техніки керування глядацькою увагою – через динаміку голосу, паузи, візуальний контакт тощо. Проведений аналіз дозволяє констатувати, що емпатія виступає фундаментальним механізмом сценічної взаємодії між актором і глядачем, забезпечуючи глибинний емоційний та когнітивний обмін у театральному процесі. Дослідження засвідчило багатокомпонентний характер цього феномену, що охоплює як теоретичні засади психології сприйняття, так і практичні аспекти сценічного мистецтва.

Емпатійний процес у театральному контексті реалізується через синтез когнітивного та емоційного компонентів, де механізми ідентифікації з персонажем створюють умови для децентрації глядача та формування альтернативної суб'єктної позиції. Особливої ваги набуває роль художнього тексту як каталізатора емпатійних реакцій, що принципово відрізняє сценічне мистецтво від інших форм комунікативної взаємодії.

Ефективність емпатійного впливу значною мірою детермінується майстерністю акторів у володінні комплексом вербальних та невербальних засобів виразності. Дослідження підтвердило значущість двох провідних

підходів до емоційної виразності – методу переживання та методу фізичних дій – як інструментів активізації глядацького співпереживання.

Сучасна сценічна практика характеризується інтегрованим застосуванням психофізіологічних технік підготовки виконавців, спрямованих на оптимізацію творчого процесу та подолання сценічного стресу. Водночас психологія сприйняття аудиторії формує теоретичне підґрунтя для розробки ефективних стратегій керування глядацькою увагою та емоційним впливом.

Комплексний вплив на реципієнта здійснюється за допомогою інтегрованої [4] системи візуальних та аудіальних засобів – сценографії, світлового оформлення, музичного супроводу й акторської гри, які у взаємодії формують цілісну емоційну атмосферу вистави.

Отже, проведений аналіз дозволяє констатувати, що емпатія виступає фундаментальним механізмом сценічної взаємодії між актором і глядачем, забезпечуючи глибинний емоційний та когнітивний обмін у театральному процесі. Перспективи подальшого розгляду даної теми визначенні у поглибленому вивченні нейрофізіологічних механізмів вікарного переживання в умовах сценічного сприйняття, а також у розробці інноваційних методик розвитку емпатійної компетентності акторів як ключового чинника художньої ефективності театральних постановок.

Список використаних джерел

1. Бурназова В. Вплив технологій гейміфікації на акторсько-глядацьку комунікацію в контексті розвитку сучасного сценічного мистецтва. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2024. № 3 (64). С. 44-59. https://doi.org/10.31318/2414-052X.3(64).2024.314742

2. Бурназова В. Роль комунікації акторів зі слухачами/глядачами у процесі театрально-сценічної діяльності. Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2024. № 2(63). С. 85-99. URL: https://doi.org/10.31318/2414-052X.2(63).2024.310291

3. Розман І. І., Щербан Т. Д., Карташова Л. А. Вплив художнього тексту на розвиток емпатії: сприйняття інформації в умовах цифрового освітнього середовища [Електронний ресурс]. 2025. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18209776

4. Персанова І. Психологічні особливості сприйняття сценічного мистецтва: взаємодія актора та глядача // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2025. № 50. С. 407-411. DOI: https://doi.org/10.35619/ucpmk.50.993

ПРОФЕСІЯ АКТОРА В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗШИРЕННЯ МЕЖ СЦЕНІЧНОГО ІСНУВАННЯ

Стульнікова К.І., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: діджиталізація, цифрові технології, актор, сценічне мистецтво, соціальні мережі, публічність, цифровий образ, медійна присутність.

Цифрові технології суттєво трансформують всі сфери суспільного життя, зокрема і сферу культури і мистецтва. Сучасний світ не лише стрімко змінює форми існування та сприйняття мистецького продукту, а й переосмислює саму сутність професії актора. Традиційне уявлення про сценічне існування, пов'язане з фізичною присутністю на театральній сцені, поступово розширюється, охоплюючи нові цифрові простори – соціальні мережі, онлайн-платформи, аудіовізуальні формати та інтерактивні середовища.

У таких умовах актор постає не лише як виконавець ролі, а і як багатофункціональний творець, здатний адаптуватися до нових медіаформатів, взаємодіяти із аудиторією у віртуальному просторі та формувати власний цифровий образ. Це зумовлює актуальність дослідження професії актора в умовах діджиталізації, яка відкриває нові можливості для творчої реалізації та водночас ставить перед митцем низку викликів.

Одним із найпоширеніших та найдоступніших варіантів існування поза межами фізичної сцени є соціальні мережі. Більшість публічних особистостей використовують свої сторінки як портфоліо, публікуючи свої фото і відео, демонструючи свої вміння та навички тощо. Оскільки професія актора є публічною, соцмережі є гарним інструментом для розширення впізнаваності. Водночас соціальні мережі відкривають для актора нові можливості безпосередньої комунікації з аудиторією, формуючи ефект постійної присутності та взаємодії за межами традиційної сцени. Дослідники наголошують, що соціальні медіа стали потужним інструментом розвитку та популяризації сучасного мистецтва, відкриваючи нові канали взаємодії митця з аудиторією [1]. Це дозволяє не лише презентувати власні професійні здобутки, а й створювати особистий творчий простір, у якому актор може експериментувати з формами самовираження, працювати з короткими відеоформатами, брати участь у трендах та розширювати спектр своїх навичок. У цих умовах актор постає не лише як виконавець ролей, а й як самостійний творець власного медійного образу, що стає важливою складовою його сценічного існування в умовах діджиталізації.

Разом із тим, така відкритість передбачає й певні виклики: зростає конкуренція, виникає потреба постійного оновлення контенту, а також балансування між професійною діяльністю та особистим життям. Одним із найчастіших викликів є проблема хейту та кібербулінгу. Соціальні мережі, будучи відкритим і майже неконтрольованим середовищем, часто не забезпечують належної фільтрації негативного контенту та висловлювань. Це призводить до того, що митці стають вразливими до агресивних коментарів, знецінення їхньої творчості та особистих образ. Анонімність користувачів і відсутність чітких меж відповідальності сприяють поширенню токсичної комунікації, що може мати серйозний психологічний вплив на актора. Постійна публічність і залежність від реакції аудиторії формують додатковий тиск, змушуючи митця не лише створювати якісний контент, а й відповідати очікуванням підписників.

Окрім цього, діджиталізація загострює проблему конкуренції, адже поряд із професійними акторами в медіапросторі активно діють блогери та інфлюенсери, які часто отримують більшу увагу аудиторії. Також, судячи з моїх особистих спостережень, виникає ризик знецінення професії через масовість контенту та спрощення вимог до творчого продукту. Інтернет і цифрові технології змінили очікування глядача, посилили тиск на мистецькі групи, щоб вони брали активну участь у соціальних мережах [4]. Деякі актори часто стикаються із небажанням вести особисті сторінки, і це доволі поширене і абсолютно нормальне явище, бо люди різні, і не всім це має бути до вподоби. Однак, на мою думку, комунікація із глядачем не лише фізично, а і віртуально, може допомогти побудувати інші виміри сценічного існування, розвиваючи свою унікальність та вміння пристосуватись до різних умов. Часто прагнення актора розширити власну публічність у соціальних мережах ототожнюють із блогерством. Однак це не є негативним явищем: не кожен актор є блогером. Водночас у суспільстві існує тенденція автоматично зараховувати актора, який веде особисту сторінку, до блогерів. З огляду на те, що діяльність блогерів часто знецінюється і не сприймається як повноцінна професія, це стає одним із викликів для сучасного актора.

Своєю чергою цифрові технології здатні докорінно змінити мистецтво, зокрема театральне, адже вони впливають на форми театру, особливості постановок і контакти із глядачами [3]. Це зумовлює появу нових театральних форматів, у яких поєднуються традиційні засоби виразності з мультимедійними елементами, відеопроєкціями, інтерактивними технологіями та онлайн-трансляціями. У таких умовах сцена перестає бути виключно фізичним простором, а розширюється до цифрового середовища, де дія може відбуватися одночасно у кількох вимірах.

Змінюється й характер взаємодії з глядачем: він більше не є лише пасивним спостерігачем, а може виступати активним учасником перформансу через цифрові платформи, коментарі, голосування чи інші

інтерактивні інструменти. Дослідники зазначають, що технології гейміфікації суттєво трансформують акторсько-глядацьку комунікацію, відкриваючи нові форми залучення аудиторії до сценічного дійства [2]. Також зараз ми можемо помітити стрімкий розвиток сторінок театрів в соцмережах, адже це є одним із елементів адаптації до сучасного світу. СММ театрів активно взаємодіють із глядачами в соціальних мережах: спілкування в коментарях, створення цікавих постів і сторіс, залучення акторів до створення контенту – і це дійсно працює, адже багато глядачів дізнаються про вистави саме через інтернет, люди діляться відгуками, яскравими відео, улюбленими акторами, особисті сторінки яких потім шукають в соцмережах, і це все дає зрозуміти, що на сучасному етапі розвитку цифрового суспільства, театр, як і будь-який заклад культури, потребує динамічної присутності в інтернет-просторі, щоб лишатися конкурентним [4]. Це чудовий спосіб заявити про себе та свою роботу і лишатися цікавим у колі своїх людей і поза його межами.

Можна дійти до висновку, що сучасному світі є безліч можливостей, варто лише помічати їх та втілювати у реальність. Діджиталізація є безумовно дуже хорошим інструментом в професії актора задля розширення власного потенціалу, але одночасно із цим варто навчитися вчасно абстрагуватися від цього, щоб не наражати себе на небезпеку, з турботою про моральний стан та психічне здоров'я. На мою думку, традиційну сцену все ж таки ніщо не замінить, адже це процес зародження дії тут і зараз, прямо на очах у глядачів. Зараз саме той час, коли театр відроджується, набуває нових форм, перероджується, існує у різних вимірах, дозволяє бути різним. Під час повномасштабної війни в українського театру, на диво, відкрилося нове дихання. Глядацькі зали заповнила молодь, а відео з вистав у соцмережах набирають сотні тисяч переглядів. Театр став трендом. Чому? Можливо, тому, що дарує життя в моменті. Жодна секунда театрального дійства ніколи не повторюється вдруге, вона унікальна. Війна навчає усвідомлення швидкоплинності життя, а театр дозволяє поглянути на нього зі сторони [5]. Ну а ми в постійному оточенні гаджетів перевантажені інформацією з медіапросторів, тож іноді хочеться втекти від усього цього, відчути життя, шалену енергетику людей, натхнення дійством, задоволення від процесу, і одне із найчарівніших місць втілення цього бажання є театр.

Список використаних джерел

1. Бурназова В., Стульнікова К. Вплив соціальних медіа на розвиток та популяризацію сучасного мистецтва. // Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. / ред.: Л. П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с. С. 68–71. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/33279

2. Бурназова В. Вплив технологій гейміфікації на акторсько-глядацьку комунікацію в контексті розвитку сучасного сценічного мистецтва. *Часопис Національної музичної академії України ім. П.І.Чайковського*. 2024. № 3(64). С. 44–59. https://doi.org/10.31318/2414-052X.3(64).2024.314742

3. Соболєвська С. О. Дигіталізація театрального мистецтва як засіб збереження культурної спадщини. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2025. № 3. С. 44–48.

4. Хвостова Т. В. Сучасний український театр у вимірі інтернет-культури. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 2. С. 39–43.

5. 10 думок акторки Оксани Жданової. Театр Франка. 15.02.2024. URL: https://ft.org.ua/news/10-dumok-aktorki-oksani-zdanovoyi-uk (дата звернення: 27.03.2026).

УДК. 792:159.9:316.77
ORCID https://orcid.org/0009-0003-6092-1936

СЦЕНІЧНИЙ ОБРАЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Торяник Д.С., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Бурназова В.В., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: сценічний образ, культурна ідентичність, глобалізація, сценічний костюм, візуальні комунікації, штучний інтелект, національна ідентичність, театральна семіотика, культурна глобалізація, монокультуризація, цифрові медіа, автентичність, перформативні мистецтва, експертна етика, культурно-мистецькі проєкти.

В умовах фінансування культурних ініціатив та загострення конкурентного середовища між проєктними заявками питання прозорості й етичної обґрунтованості експертного оцінювання набуває принципового науково-практичного значення. Разом із тим існуючі процедури рецензування проєктів мистецького та креативного спрямування виявляють системну вразливість до проявів неформального регуляторного впливу. Відсутність норм професійної етики експертної діяльності в гуманітарному секторі створює передумови для ерозії інституційної довіри, зниження мотиваційного потенціалу ініціаторів культурних проєктів і делегітимізації самого інституту відкритої державної та донорської підтримки культури.

Категорія справедливості в контексті експертної практики передбачає дотримання суб'єктом оцінювання принципу рівної поваги до

всіх учасників культурно-комунікативної взаємодії, а також належне визнання внеску та досягнень інших акторів культурно-мистецького процесу. Зазначений принцип охоплює нормативний вимір міжпрофесійної взаємодії з колегами-митцями, учасниками проєктних команд, реципієнтами культурних послуг і суб'єктами фінансової підтримки. Таким чином, справедливість постає як наскрізна регулятивна цінність у системі міжособистісних відносин культурно-мистецької сфери, що змістовно корелює з іншими базовими етичними принципами професійної діяльності [1].

Традиційні складові культурної ідентичності – наративні структури, символічні системи, архітектурні, музичні та візуальні архетипи – утворюють семіотичну основу естетики візуальних медіа, реалізуючи функцію соціокультурного кодування та трансляції смислів у міжпоколінньому вимірі. Однак імплементація новітніх технологій, зокрема систем штучного інтелекту, у процеси кінопродюсерства, сценарного письма та візуального дизайну актуалізує проблему автентичності зазначених культурних елементів. З одного боку, технології ШІ мають потенціал до демократизації кіновиробництва, розширюючи інструментарій стилізації та сприяючи збереженню локальних мов і культурних практик. З іншого боку, використання об'єктів культурної спадщини – сценарних текстів, голосових і візуальних даних – для тренування нейромережевих моделей становить суттєву загрозу авторським правам і породжує контент, що імітує зовнішні форми ідентичності, проте позбавлений її глибинного культурного контексту та суб'єктної унікальності.

В умовах цифровізації та глобалізації культурний простір дедалі виразніше постає як поле напруги між локальним і універсальним. Візуальні комунікації, що охоплюють дизайн, медіа, рекламну індустрію, цифрове мистецтво, кінематограф і соціальні мережі, функціонують як один із найбільш дієвих механізмів конструювання та трансляції культурної ідентичності. Водночас в умовах домінування комерційних естетик у глобальному візуальному потоці культурні коди окремих спільнот зазнають розмивання або редукуються до суто декоративного рівня репрезентації. Разом із тим саме візуальна мова здатна забезпечити збереження та повноцінну репрезентацію культурної ідентичності через реінтерпретацію традиційних символів, мотивів і естетичних принципів у синтезі з новітніми технологічними інструментами – цифровими медіа, генеративним ШІ, технологіями VR/AR та алгоритмічного дизайну.

Попри декларовану орієнтацію технологічних рішень на подолання когнітивних і практичних обмежень людини, індивід у цифровому середовищі дедалі частіше опиняється поза власним темпоральним досвідом. Колосальний масив даних, що генерується та цілеспрямовано адресується користувачеві, перевищує когнітивні можливості його опрацювання, унеможливлюючи рефлексивне ставлення як до інформації,

так і до самого себе. Технології, впроваджені без належного регуляторного та освітнього супроводу, трансформувались із засобу розв'язання проблем на механізм уніфікації культурних практик, формуючи передумови для становлення глобальної монокультурної генерації з редукованою культурною суб'єктністю [2].

Сценічний костюм функціонує як візуальний метатекст вистави, що транслює універсальні смислові коди, декодування яких не потребує володіння вербальною мовою постановки. У структурі театральної комунікації костюм виконує сигніфікативну роль, забезпечуючи семіотичну реалізацію характеристик персонажа та його ідейно-смислового навантаження в рамках загальної художньої концепції твору.

Візуальна стилістика вистави набуває характеру маніфестарного висловлювання, що відображає вичерпаність ресурсів дипломатичної саморепрезентації в умовах збройного конфлікту. Естетична мова постановки артикулює колективний афективний стан суспільства, для якого дискурс політкоректного обстоювання права на самовизначення в контексті російсько-української війни поступається місцем автентичному емоційному регістру – поєднанню екзистенційного болю, праведного гніву та іронічної дистанції як механізму психологічної резистентності [3].

Культурна глобалізація безпосередньо корелює з експансією глобальних культурних продуктів – кінематографічної продукції, музичної індустрії та лінгвістичних систем (зокрема, домінування англійської мови як lingua franca), що чинить трансформативний вплив на локальні культурні середовища. Разом із тим зазначені процеси можуть індукувати компенсаторну реакцію у вигляді актуалізації інтересу до збереження національної культури, мови та традиційних практик. Явище ренесансу національних культур закономірно фіксується в суспільствах, що зазнають культурних втрат внаслідок глобалізаційного тиску. Показовим прикладом слугує Україна, де спостерігається цілеспрямоване відновлення національного мовного середовища та культурної ідентичності, що виявляється у популяризації української мови, реактуалізації традиційних свят і зростанні суспільного інтересу до національної літератури.

Глобалізація як системний процес здатна одночасно виступати чинником консолідації національних ідентичностей і джерелом міжкультурної конфліктності. В умовах зіткнення культурних груп із відмінними системами цінностей і поведінкових практик виникають стійкі зони соціокультурної напруги. Зокрема, міграційні потоки з країн Близького Сходу до держав Європейського Союзу генерують комплекс соціальних і культурних суперечностей, пов'язаних із розбіжностями у релігійних настановах, концепціях прав жінок і ліберальних нормативних засадах.

В аналітичному вимірі національних ідентичностей глобалізація може відігравати роль каталізатора відродження національних традицій, що наочно демонструє постнезалежний розвиток України.

Національна ідентичність у культурологічному розумінні є системоутворюючим конструктом, що інтегрує спільноту в єдину націю через консолідуючі чинники спільної історичної пам'яті, мови та традиційних практик. Вона не є самодостатньою категорією, а функціонує як пріоритетний напрям державної культурної політики [4]. Нормативно-правова база України містить положення щодо державної підтримки збереження та розвитку національної ідентичності як стратегічного завдання культурної політики.

Отже, сценічний образ у сучасному театрі виконує не лише естетичну, а й семіотичну функцію – він є носієм культурних кодів, що транслює ідентичність поза межами мовного бар'єру. В умовах глобалізаційного тиску та домінування комерційних естетик у візуальному медіапросторі традиційні культурні коди локальних спільнот зазнають розмивання або зводяться до декоративного рівня, що актуалізує необхідність їх свідомого збереження та реінтерпретації засобами сучасного мистецтва. Таким чином, глобалізація водночас виступає чинником культурної уніфікації та каталізатором національного культурного відродження.

Список використаних джерел

1. Берковський В., Бурназова В. Етичні аспекти та загрози експертизи культурно-мистецьких проєктів // Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. Серія: Психолого-педагогічні науки. 2025. № 3. С. 16–25. DOI: https://doi.org/10.31654/2663-4902-2025-PP-3-16-25

2. Столярчук Н., Миленький В. Естетичні виміри культурної ідентичності у візуальних комунікаціях: інтеграція традиційних образів і сучасних технологічних підходів // Актуальні питання гуманітарних наук. 2025. Вип. 93, т. 2. С. 176–186. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/93-2-26

3. Парубочий І. П., Ховпун О. С. Сценічне вбрання в культурній дипломатії: соціокультурологічний аспект // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2025. № 1. С. 140–146.

4. Шевель І. П. Вплив глобалізації на національні культури та ідентичності: соціологічний аналіз процесів примирення // Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 2025. № 15. С. 121–131. DOI: https://doi.org/10.31866/2616-745X.15.2025.334307

СЕКЦІЯ
DIGITAL ART ТА ХУДОЖНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

УДК 654.191:004.9]:94(477=111)(73)"193"
https://orcid.org/0000-0003-1587-8767

ВІД РАДІОСКЕТЧУ ДО ЦИФРОВОГО СТОРІТЕЛІНГУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗВУКОВИХ ОБРАЗІВ РАДІОМОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕМІГРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Гиріна Т.С., доктор наук із соціальних комунікацій, професор,
завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури
Державний податковий університет

Ключові слова: візуальна культура, звуковий образ, радіомовлення української еміграції, радіоскетч, художня трансформація, цифровий сторітелінг, digital art.

У сучасній мистецтвознавчій парадигмі звук дедалі частіше розглядається не лише як акустичне явище, а як потужний інструмент генерації візуальних образів, що є фундаментальною основою художньої трансформації цифрової реальності. Для української еміграції в США 1930-х рр. радіомовлення стало первинним медіумом "доповненої реальності", де через звук відтворювався втрачений візуальний ландшафт батьківщини. Замість суто технічного передавання інформації, радіоефір працював як імерсивна система: хорові співи, інтонації живої мови та специфічні шуми створювали у свідомості слухача цілісні картини, що заміщували фізичну відсутність рідного середовища. Це явище можна визначити як префігурацію цифрового сторітелінгу, де аудіальний код трансформується у візуальну метафору. Радіомовлення "Сурми" М. Сурмача не просто транслювало звук, воно "малювало" образи національної ідентичності, використовуючи психоакустику як художній засіб. Цей приклад демонструє генезу візуальної культури в епоху доцифрової медіатизації, де первинна художня трансформація відбувалася на перетині звукового сигналу та колективної уяви, закладаючи підвалини для сучасних мультимедійних практик та Digital Art.

У контексті становлення українського медіапростору в США досліджуваного періоду (1930–1933 рр.) спостерігається унікальна трансформація: від аматорських музичних вставок до складних звукових наративів, що фактично виконували роль "візуалізаторів" національної ідентичності в уяві слухача-емігранта. Ця еволюція стала фундаментом для сучасного цифрового сторітелінгу та аудіовізуальних практик у

креативних індустріях. Розвиток українського радіомовлення в США у досліджуваний період характеризувався стрімким переходом від коротких аматорських ефірів до професійно зорієнтованого повноформатного мовлення. Ця еволюція була зумовлена як зростанням технічних можливостей станцій, так і прагненням організаторів, зокрема М. Сурмача, створити цілісний соціокомунікаційний продукт, здатний конкурувати на американському медіаринку.

На межі 1930–1931 рр. українські програми мали переважно фрагментарний характер і тривали від 15 до 20 хвилин. Основний зміст складався з музичних номерів без глибокого тематичного структурування. Проте вже тоді закладалися основи періодичності, що було критично важливим для формування постійної аудиторії. У 1931 р. газета "Свобода" повідомляла про переговори щодо укладання довготривалих договорів: "М. Сурмач тепер веде переговори з більшою Радіо-станцією, щоб відступила одну годину для Базару Сурми на українську програму… Отсим подається до відома нашим творчим людям як: композиторам, співакам, письменникам, поетам, байочникам, щоб приготовляли свої твори на радіо. Бо радіо буде законтактоване на цілий рік, то треба матеріялу і до доброго" [1, с. 3]**.** Такі кроки дозволили стабілізувати ефірну сітку, що відображалося у регулярних анонсах: "Хор українсько-католицької церкви св. Ап Петра і Павла, Боян, відспіває низку вибраних рідних пісень … Станція WTAM є найбільшою радіо-станцією в Клівленді, тому є надія, що спів хору Бояна буде можна почути у всіх містах Америки" [4, с. 1].

Справжній якісний стрибок відбувся у 1933 році, коли формат «Української години» став домінуючим. Це обумовило збільшення хронометражу до 60 хв, що потребувало складнішої режисури та змістовного наповнення. У лютому 1933 р. було зафіксовано розширення програм "Сурми": "Неділішня програма на радіо Сурми побільшена з півгодини на цілу голину. Кождої неділі рано буде тривати від години 8.30 до 9.30. Цього разу буде грати орхестра М.Сербенського" [6, с.1]. Збільшення часу дозволило інтегрувати в ефір різножанрові блоки, зокрема музично-оркестрові виступи через залучення великих ансамблів, таких як орхестра М. Сербинського чи М. Вдовяка; інформаційно-просвітницькі лекції та виклади з історії України (д-р Л. Цегельський, д-р С. Демидчук), які читалися двома мовами для залучення англомовної молоді: "був виклад "Що було на Україні після Мазепи", говорив д-р Л. Цегельський. Співав квартет під проводом п.Марії Гребенецької, а музичну програму виповнила орхестра п.М.Сербинського. Програма йшла цілу годину" [2, с. 4].; інтерактивні елементи, якими в ті часи були листи слухачів та рецензії професіоналів, що робило програму живою та дискусійною.

Інноваційним елементом “Української години” стала інтеграція радіосценок або “скетчів”. Це дозволило додати ефіру динаміки та гумору, що значно розширило коло слухачів за межі поціновувачів класичної музики. В контексті візуальної культури ці скетчі виконували роль “звукового кіно”, де слухач через уяву “добудовував” візуальні образи персонажів та декорацій. Найпопулярнішим став цикл про життя емігрантської пари – “Василь і Маруся”. Розвиток цього формату можна простежити за анонсами у 1933 р., зокрема у травні 1933 р.: “Буде “скеч” “Заручини Василя з Марусею” опрацьоване М. Сурмачем спеціяльно на ту програму” [5, с. 4], або жовтень 1933 р. “На програмі Сурми буде дальше провадження “Василь і Маруся” п.з. “Василь іде на війну”... За Марусею перший раз буде грати панна Максимів з Бронкс” [7, с. 4].

Ці скетчі мали не лише розважальну, а й виховну мету, часто звертаючись до актуальних проблем громади. Висока деталізація опрацювання (пошук акторів на ролі дітей, спеціальний музичний супровід) свідчила про серйозний підхід до радіодраматургії, що за своєю суттю є передвісником сучасного подкастингу: “Ще лиш шукаємо хто буде грати ролю з маленького сусідського хлопчика (півтора року), бо без того не можна обійтися” [3, с. 4].

Трансформація від коротких музичних блоків до структурованої “Української години” з елементами драми та просвітництва стала свідченням зрілості української соціокомунікаційної системи в США. Формат, випрацюваний М. Сурмачем, поєднав високе мистецтво з масовою культурою, що забезпечило тривале існування українського слова в американському ефірі та створило передумови для подальшого виходу на загальнонаціональний рівень мовлення. У сучасному цифровому мистецтві цей досвід трансформується у концепції звукової айдентики та аудіобрендингу, де голос і звук стають ключовими інструментами створення художнього образу в епоху цифровізації.

Перехід від лінійного радіомовлення “Сурми” до сучасних цифрових екосистем демонструє тяглість художньої трансформації, де звук виступає не лише акустичним супроводом, а активним архітектором візуального простору. У контексті сучасної візуальної культури досвід радіосценок “Василь і Маруся” можна розглядати як прототип імерсивного сторітелінгу, де відсутність візуального ряду компенсувалася високою деталізацією аудіальних образів, що змушувало уяву слухача працювати як генеративний алгоритм.

В епоху цифровізації цей механізм звукової візуалізації трансформувався у новітні форми Digital Art, де художня трансформація звуку виступає не просто зміною носія, а еволюцією способу “бачити вухами”, що є ключовим елементом сучасної візуальної культури. Сучасні проєкти з саунд-арту використовують ті самі принципи емоційного впливу, які закладав М. Сурмач у “Шевченківський березень”, проте сьогодні вони

реалізуються через аудіовізуальну синестезію, цифрову візуалізацію звукових хвиль та інтерактивні інсталяції. Трансмедійність, притаманна сучасним медіа, також має своє коріння у 1930-х рр., коли радіопрограма доповнювалася друкованими анонсами в газеті "Свобода", утворюючи єдину художню систему в кросплатформному середовищі. Подальший розвиток технологій, зокрема використання штучного інтелекту для реконструкції історичних голосів або створення персоналізованих аудіосередовищ, є прямим продовженням пошуків професійного звукового змісту, розпочатих українськими медійниками в США. Таким чином, випрацювані М. Сурмачем формати стали першими кроками до створення імерсивних медіасвітів, де звук залишається архітектором візуальних образів у свідомості аудиторії, що підтверджує синергію історичного досвіду та новітніх цифрових трансформацій у розвитку креативних індустрій.

Список використаних джерел

1. Вісти з Січового базару "Сурма". Свобода. 1931. Ч. 154. С. 3. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1931-154.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
2. Вісти з Січового базару Сурми. Свобода. 1933. Ч. 39. С. 4. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-039.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
3. М. С. Вісти з Січового базару "Сурма". Свобода. 1933. Ч. 233. С. 4. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-233.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
4. Українська година на радіо. Свобода. 1932. Ч. 37. С. 1. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1932-037.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
5. Українська програма на радіо. Свобода. 1933. Ч. 114. С. 4. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-114.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
6. Українська програма на радіо. Свобода. 1933. Ч. 22. С. 1. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-022.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
7. Українська радіо-година. Свобода. 1933. Ч. 251. С. 4. URL: https://archive.svoboda-news.com/wp-content/uploads/Svoboda-1933-251.pdf (дата звернення: 17.03.2026).

УДК 007.52:655.4:778.3
ORCID: 0000-0002-7324-0377

ЦИФРОВА ФОТОГРАФІЯ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ВАРІАТИВНИХ ГРАФІЧНИХ ТЕКСТУР

Коваль Л. М., доктор технічних наук, кандидат мистецтвознавства,
професор, завідувач кафедри цифрового мистецтва
Київський національний університет технологій та дизайну
Трегуб А. М., кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент, завідувач кафедри дизайну
Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія

Ключові слова: цифрова фотографія, графічні текстури, цифрове мистецтво, візуальна культура.

Сучасний етап розвитку візуальної культури характеризується інтенсивною цифровізацією художньо-проєктних практик, що зумовлює трансформацію підходів до формування візуальної мови образотворчого мистецтва. У цьому контексті особливого значення набуває використання цифрової фотографії як інструменту створення варіативних графічних текстур, здатних забезпечувати гнучкість, адаптивність і виразність мистецьких рішень.

Актуальність дослідження визначається зростанням ролі текстури як самостійного образотворчого елемента, що виконує не лише декоративну, а й комунікативну, емоційно-виразну та ідентифікаційну функції у структурі візуального повідомлення. Умови розвитку цифрових технологій і мультимедійних середовищ потребують створення текстурних систем, здатних до трансформації залежно від контексту використання, формату та способу репрезентації.

Метою дослідження є осмислення специфіки цифрової фотографії як засобу створення варіативних графічних текстур та визначення методів і художньо-композиційних можливостей її застосування у сучасних візуальних мистецтвах.

Цифрова фотографія як інструмент формування текстур характеризується подвійною природою: з одного боку, вона слугує засобом досягнення документальної достовірності фактури, фіксуючи матеріальні характеристики об’єктів, світлотіньові переходи та поверхневі структури; з іншого – відзначається високим рівнем цифрової модифікованості, що уможливлює трансформацію первинного зображення у широкий спектр варіативних візуальних рішень. Саме ця синергія реалістичності та

варіативності визначає ефективність цифрової фотографії як джерела графічних текстур.

На відміну від стандартних текстур, створених засобами графічних редакторів або алгоритмічної генерації, авторські фотографічні текстури вирізняються унікальністю, нефрагментованістю та здатністю зберігати зв'язок із матеріальним середовищем. Це відкриває широкі можливості для індивідуалізації дизайнерських рішень та формування авторської стилістики.

До основних методів створення варіативних графічних текстур на основі цифрової фотографії належать: фотографічна фіксація фактур і текстурованих поверхонь; цифрова обробка зображень (кадрування, масштабування, зміна кольору й контрасту, нашарування, фрагментація); комбінування фотографічних елементів із графічними та типографічними засобами. Використання зазначених методів є підґрунтям для створення текстур, здатних адаптуватися до різних візуальних завдань і середовищ функціонування.

Художньо-композиційні можливості цифрової фотографії проявляються у формуванні візуальної глибини, ритму, просторовості та емоційної насиченості композиції. Фотографічна текстура може функціонувати як домінантний елемент, що визначає образність дизайн-об'єкта, як фоновий структурний шар або як засіб акцентування окремих композиційних компонентів. У сучасному цифровому мистецтві ці можливості розширюються завдяки динамічності, що сприяє трансформації текстурних елементів у часі та взаємодії з користувачем.

Варіативність текстур, створених на основі цифрової фотографії, уможливлює їх масштабування, трансформацію та інтеграцію у різні формати – від друкованої продукції до цифрових інтерфейсів і анімаційних середовищ, формуючи цілісні візуальні системи, здатні зберігати ідентичність при зміні носія та способу представлення.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному розгляді цифрової фотографії як самостійного інструменту створення варіативних графічних текстур, що функціонує на перетині фотографічних, графічних і цифрових практик. Систематизовано методи трансформації фотографічних зображень у текстурні структури та визначено їх художньо-композиційний потенціал у сучасному дизайні.

Отже, цифрова фотографія виступає ефективним засобом формування варіативних графічних текстур, поєднуючи естетичну виразність, технологічну гнучкість і комунікативну доцільність. Її використання розширює інструментарій сучасного художника та сприяє розвитку актуальної візуальної мови, що відповідає вимогам сучасної цифрової культури.

Список використаних джерел

1. Андресюк Б. П., Царенко С. О., Журавель-Змєєва Л. С. Авангардне мистецтво як засіб образотворення в дизайні XXI ст. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 141–147.
2. Andresyuk, B. (2024). Visual illusions as a means of aestheticisation of the object-spatial environment. *Notes on Art Criticism*, 24(1), 68-79. doi: 10.63009/noac/1.2024.68.
3. Zhang, Z. (2024). The evolution of photography in graphic design. Design Insights, 1(7), 15–20. https://doi.org/10.70088/dwpv9y91
4. Zhenyu Li. (2019). Application research of digital image technology in graphic design. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 65, 102648. https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2019.102689

УДК 7.012:004.946:004.896:681.625.9
ORCID 0000-0003-4997-620X

ГЕНЕРАТИВНИЙ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТВОРЕННЯ ЦИФРОВИХ МІНІАТЮР

Сентяков В.М., Лазарев О.С., Котух Є. В.

Ключові слова: генеративний штучний інтелект, цифрові мініатюри, 3D-друк, адитивне виробництво, нейронні радіаційні поля (NeRF), Gaussian Splatting, фіджитальне мистецтво, text-to-3D, MechStyle, візуальна культура.

Сучасний етап розвитку цифрового мистецтва характеризується стрімким зближенням генеративних моделей штучного інтелекту та технологій адитивного виробництва, що формує принципово новий напрям у візуальній культурі - створення цифрових мініатюр за допомогою ШІ з подальшою їх фізичною матеріалізацією через 3D-друк. Цей тренд, що набув значного поширення у 2024–2026 рр., трансформує традиційні уявлення про авторство, художню унікальність та межі між цифровим і фізичним мистецтвом.

Актуальність дослідження зумовлена появою низки генеративних платформ (Meshy AI, Rodin, Tripo, 3D AI Studio, Sloyd та ін.), що реалізують конвеєр «текст/зображення → 3D-модель → фізичний об'єкт» із мінімальним залученням традиційних навичок 3D-моделювання. Зокрема, на виставці CES 2026 було представлено платформу Meshy AI Creative Lab - першу AI-нативну систему, що перетворює генеративні 3D-моделі на повноколірні файли, готові до друку, одним натисканням. Платформа реалізує повний цикл від промпту до готового виробу: генерація моделі,

автоматичний ремонт мешу, оптимізація під адитивне виробництво та виготовлення повноколірних фігурок і колекційних предметів.

Технологічну основу цього тренду становлять нейронні радіаційні поля (Neural Radiance Fields, NeRF), запропоновані Mildenhall та ін. у 2020 р., та метод Gaussian Splatting, що забезпечують швидку генерацію тривимірних сцен із фотореалістичною якістю на основі текстових описів або зображень. Дифузійні моделі, інтегровані з CLIP-архітектурою, дозволяють здійснювати семантично узгоджену стилізацію 3D-об'єктів за текстовими підказками, генеруючи PBR-текстури (Normal, Roughness, Metallic) для реалістичної взаємодії зі світлом.

Ключовою проблемою залишається структурна цілісність AI-генерованих моделей при фізичному виготовленні. Дослідники MIT CSAIL розробили систему MechStyle, що інтегрує генеративний ШІ з фізичним моделюванням на основі аналізу методом скінченних елементів (FEA). Формативне дослідження виявило, що лише близько 26% стилізованих 3D-моделей зберігали структурну життєздатність після модифікації ШІ. MechStyle вирішує цю проблему завдяки адаптивному плануванню: система відстежує зміни у критичних областях моделі, динамічно ідентифікує ослаблені зони та коригує генеративний процес для збереження механічних властивостей, досягаючи до 100% структурної життєздатності.

Окремим аспектом є формування «фіджитального» (phygital) арт-простору, де цифрові мініатюри існують одночасно у віртуальному та фізичному вимірах. Інтеграція блокчейн-автентифікації, NFC/RFID-чипів та цифрових двійників дозволяє створювати арт-об'єкти з верифікованим провенансом, що підтверджується криптографічно. Цей підхід розширює концепцію мистецтва як активу та створює нові моделі монетизації для цифрових художників. Практичне застосування AI-генерованих мініатюр найвиразніше проявляється у сегменті настільних ігор та варгеймінгу. Платформи на кшталт 3D AI Studio дозволяють гравцям у D&D, Pathfinder та інші RPG створювати кастомні фігурки персонажів, терейн та предмети за текстовим описом із подальшим 3D-друком на SLA/FDM-принтерах. Цей тренд суттєво впливає на ринок традиційних виробників мініатюр, демократизуючи процес створення ігрового контенту.

Водночас виникає комплекс правових та етичних питань. Відповідно до позиції Бюро авторського права США, контент, генерований виключно ШІ, не підлягає захисту авторським правом, тоді як суттєва модифікація людиною надає похідному твору правовий статус. Це створює складну юридичну ландшафтну для художників, що використовують генеративні інструменти як частину творчого процесу.

Таким чином, конвергенція генеративного ШІ та адитивного виробництва формує нову парадигму цифрового мистецтва, що характеризується: демократизацією процесу створення тривимірних арт-об'єктів; появою гібридних «фіджитальних» форм мистецтва;

трансформацією ролі художника від ремісника до куратора генеративних процесів; необхідністю розробки нових правових механізмів захисту інтелектуальної власності. Перспективним напрямом подальших досліджень є розробка методів забезпечення структурної цілісності AI-генерованих об'єктів та інтеграція фізичного моделювання безпосередньо у генеративний конвеєр.

Список використаних джерел

1. Mildenhall B., Srinivasan P. P., Tancik M., Barron J. T., Ramamoorthi R., Ng R. NeRF: Representing Scenes as Neural Radiance Fields for View Synthesis. *Communications of the ACM.* 2021. Vol. 65, No. 1. P. 99–106. DOI: 10.1145/3503250.

2. Kerbl B., Kopanas G., Leimkühler T., Drettakis G. 3D Gaussian Splatting for Real-Time Radiance Field Rendering. *ACM Transactions on Graphics.* 2023. Vol. 42, No. 4. Art. 139. DOI: 10.1145/3592433.

3. Faruqi F. et al. MechStyle: Augmenting Generative AI with Mechanical Simulation to Create Stylized and Structurally Viable 3D Models. *Proc. ACM Symposium on Computational Fabrication.* 2025. DOI: 10.1145/3689782.

4. Zhang J., Huang X., Liu S. et al. Text-to-3D with Classifier Score Distillation. *Proc. International Conference on Learning Representations (ICLR).* 2024.

5. U.S. Copyright Office. Copyright Registration Guidance: Works Containing Material Generated by Artificial Intelligence. *Federal Register.* 2025. Vol. 90, No. 35. P. 9788–9803.

УДК 7.021.32:004.9
ORCID 0000-0001-6890-1145

ФОРМУВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ: ЕСТЕТИКА НЕДОСКОНАЛОСТІ У ЦИФРОВОМУ СКЕТЧІНГУ

Віксенко А.О., здобувач вищої освіти
Нестеренко Д.І., здобувач вищої освіти
Пашукова С.Г., старший викладач кафедри цифрового мистецтва
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифровий скетчінг, естетика помилки, художній образ, спонтанність, гіперболізація, візуальна мова.

У мистецтві скетчінг трансформувався з підготовчого етапу у самостійну форму висловлювання. Це особливо характерно для цифрового мистецтва – яке стало домінуючим форматом художньої практики останнього десятиліття. Концепт «естетики помилки» набирає дедалі

більшої уваги у сучасній культурі, технічний збій чи неточність стають художнім засобом, випадкові лінії не видаляються, а інтегруються в образ.

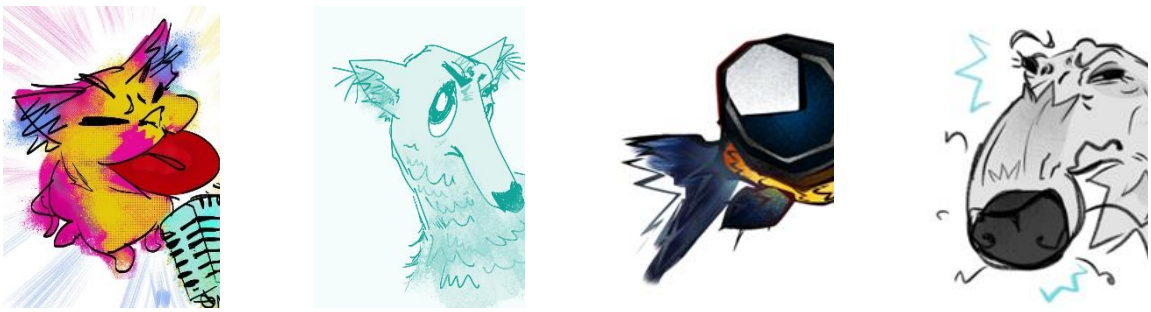
Скетч зазвичай виконується в обмежений проміжок часу для фіксації творчих ідей. За таких умов швидкість виконання перестає сприйматись як недолік і набуває значення творчого ресурсу [4]. Відхилення в лініях чи формі стають поштовхом до нових художніх рішень, допомагаючи вийти за межі шаблонного мислення та трансформувати первинний задум у процесі роботи.

Ключовим моментом є здатність до вільної пластичної імпровізації, що ґрунтується на інтуїтивному відчутті пластики та ритму. Така стратегія базується на активації правопівкульного режиму сприйняття, що дозволяє мінімізувати логічний контроль на користь експресивного вираження форми [2]. Спонтанна лінія часто створює нові композиційні рішення, недоступні при ретельному плануванні. У цьому контексті спонтанність постає не як помилка, а як пошук живої візуальної мови та прояв індивідуального авторського стилю [3; 5].

Використання цифрових інструментів значно розширює можливості скетчінгу, оскільки дозволяє працювати з різними техніками та швидко вносити корективи під час створення зображення. Цифрові текстурні пензлі надають контроль та гнучкість, дозволяючи експериментувати з прозорістю, насиченістю кольору та структурою лінії без обмежень традиційних інструментів [1]. Можливість роботи з шарами та динамічного редагування відкриває нові можливості для творчого пошуку [5].

З метою практичного дослідження ролі спонтанності та творчого відхилення від натури у художньому процесі було виконано серію карикатурних замальовок тварин (рис. 1). Основна увага приділялася не академічній точності, а виявленню характеру, динаміки та передачі емоцій.

Зокрема, одним із ключових прийомів стало підсилення художнього образу за рахунок гіперболізації та викривлення форми. Перебільшення окремих рис (наприклад, розміру очей, довжини лап, динаміки ліній) дозволило акцентувати увагу на характерних особливостях тварин для створення більш емоційно насичених образів.



а) б) в) г)

Рис. 1. Скетчі тварин

а), б) – Нестеренко Дмитро; в), г) – Віксенко Аліна.

Водночас випадкові неточності ставали важливим моментом для розробки художнього задуму. Вони не усувалися, натомість відбувався аналіз та інтегрування у зображення, як ресурс для подальшого творчого розвитку.

Результати виконаного завдання показали, що свідома робота з відхиленнями від натури активізує креативність та допомагає у формуванні авторського почерку. Цифровий скетчінг постає як простір творчої імпровізації, де «помилка» є не дефектом, а ключовим інструментом візуальної інтерпретації реальності.

Список використаних джерел

1. Балан У. Г. (2024). Діджитал скетчінг у сучасному навчальному процесі: переваги, недоліки та найпопулярніші графічні редактори // Мистецька освіта в контексті глобалізаційних процесів. Ужгород: Видавництво Закарпатської академії мистецтв, 2024. С. 10–13.
2. Едвардс Б. Малювання правою півкулею мозку. Київ: Профільні книги, 2025. 320 с.
3. Пашукова С. Г., Чембержі Д. А., Дубрівна А. П. Скетчінг як ефективний інструмент творчої діяльності // Арт-платформа. Київ: КМАЕЦМ, 2023. Вип. 2, Т. 8. С. 309–320.
4. Савчук О. В. Цифровий скетчінг як інструмент креативного процесу в сучасному мистецтві // Артдизайн: мистецтвознавчі дослідження. Київ: КНУТД, 2023. Вип. 3. С. 45–52.
5. Lewis M., Sturdee M. Sketching in Human Computer Interaction: A Practical Guide to Sketching Theory and Application // *Springer*, 2024. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-50136-4_9 (дата звернення: 17.03.2026).

УДК 004.92:7.05:611
ORCID 0000-0001-6890-1145

CREATURE DESIGN У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВІД РЕАЛЬНОЇ АНАТОМІЇ ДО ХУДОЖНЬОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Когтєва А.М., здобувач вищої освіти
Пашукова С.Г., старший викладач кафедри цифрового мистецтва
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифрове мистецтво, дизайн істот, анатомія тварин, зоологічні форми, художня трансформація, стилізація, концепт-арт.

Поширеною проблемою у створенні істот у цифровому мистецтві є бездумне копіювання та комбінування візуальних референсів без глибокого аналізу їхньої анатомічної структури. Такий спосіб знижує художню виразність, а також обмежує створення унікальних,

захоплюючих і переконливих образів. Однак концепти фантастичних істот є невід'ємною частиною кіно, анімацій, ігор і тощо. Відповідно до аналізу методик успішних художників у сфері дизайну істот, в цьому процесі правдоподібність значно важливіша за точний фотографічний реалізм.

Терріл Вітлач визначає Creature Design не просто як вигадування істот, а як логічне, науково обґрунтоване створення форм життя. Це синтез науки (зоології) і мистецтва, де форма істоти обумовлена її функцією та середовищем [3]. У той час як Еліот Голдфінгер концентрується на детальному аналізі анатомії тварин та їхньому художньому відтворенні, Джеймс Герні наголошує на тому, що створення істот має застосовувати не лише антропоморфізм (олюднення, надання особистості), а й максимально зберегти свою тваринну природу («animalmorphism») [1, 2].

Метою дослідження є визначення ролі анатомічного аналізу у процесі створення виразних концептів у цифровому середовищі. Основним підходом є принцип переходу від аналізу (вивчення структури) до синтезу (створення нового образу) (рис. 1); тіло тварини – це система взаємопов'язаних тривимірних об'ємів, утворених кістками і м'язами, що формують зовнішню пластику. Побудова зображення здійснюється поетапно: від загальної форми і пропорцій до деталізації, що дозволяє зберігати цілісність образу та уникати фрагментарності [1]. Додатково враховано поведінковий аспект: спостереження за рухом і позами тварин формує розуміння їхньої виразності без необхідності надмірної антропоморфізації [2].

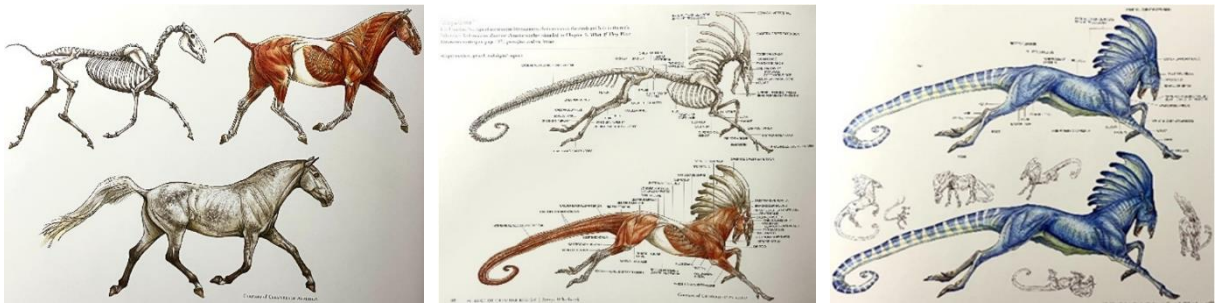


Рис. 1 – *Від реального коня до фантастичної істоти. Рисунки Терріл Вітлач*

Цифрове середовище розширює можливості Creature Design, адже сучасні графічні редактори дають змогу легко варіювати пропорції, змінювати структуру об'ємів і експериментувати зі стилізацією без втрати цілісності зображення на будь-якому етапі роботи (побудови базових форм, уточнення анатомії та подальшої стилізації). Таким чином, цифровий художник є сміливішим та швидшим в художній інтерпретації і водночас точнішим в передачі анатомічних форм, зберігаючи баланс між антропоморфізацією та зооморфізмом.

Переконливість образу тварини залежить від розуміння її анатомічної структури, знання об'ємів і їхніх взаємозв'язків, що дозволяє

художнику свідомо змінювати форму без втрати її логіки. Створення унікальних істот полягає у відборі та трансформації характерних рис, а не в їх повному копіюванні [1, 2]. Згідно з підходом Терріл Вітлач, форма істоти визначається її функцією: кожен елемент має відповідати умовам існування та ролі в її середовищі, це забезпечує правдоподібність навіть фантастичних образів [3]. Джеймс Герні зазначає, що додатковим виразнішим принципом для передачі характеру є максимальне збереження природної пластики і поведінки тварини замість її надмірної антропоморфізації [2].

Creature Design є інтелектуальним синтезом наукового аналізу та художньої виразності. Глибоке вивчення зоології та біомеханіки стає фундаментом, що дозволяє художнику не просто копіювати природу, а свідомо конструювати нові, естетично цікаві та візуально правдоподібні зоологічні концепти. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні різноманітних художніх методів та принципів створення істот в цифровому середовищі.

Список використаних джерел

1. Goldfinger E. Animal Anatomy for Artists: The Elements of Form. Oxford University Press, 2004. 256 p. ISBN 978-0195142143.
2. Gurney J. Imaginative Realism: How to Paint What Doesn’t Exist. Andrews McMeel Publishing, 2009. 224 p. ISBN 978-0740785504.
3. Whitlatch T. Science of Creature Design: understanding animal anatomy / ed. by G. Banducci. Design Studio Press, 2015. 168 p. ISBN 978-1933492568.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ТРАДИЦІЙНИХ ОРНАМЕНТІВ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Гаспарянц А., здобувач вищої освіти
Науковий керівник – Васильєв О.С.,
заступник декана факультету дизайну з виховної роботи
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: графічний дизайн, цифровий дизайн, українська символіка, орнаменти, культурна ідентичність.

У статті розглянуто особливості використання українських традиційних орнаментів у сучасному цифровому графічному дизайні. Визначено роль національної символіки як інструменту культурного самовираження та комунікації у цифровому середовищі. За допомогою аналітичного та асоціативного методів досліджень проаналізовано сучасні

практики адаптації етнічних мотивів у графічних проєктах та виявлено тенденції розвитку українського цифрового дизайну.

*Постановка проблеми та її актуальність.*В умовах глобалізації та швидкого розвитку цифрових технологій важливо зберегти та переосмислити українські культурні коди. Традиційні орнаменти часто спрощуються або використовуються формально, що обмежує їхнє культурне значення. Сучасний цифровий графічний дизайн має потенціал для відтворення глибокого символізму, естетики та багатошаровості українських орнаментів. Актуальність теми полягає у потребі не лише зберегти культурну спадщину, а й адаптувати її до нових форм комунікації та медіа.

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасні дослідження українського дизайну показують різноманітність підходів до використання орнаментів. Наприклад, Вова Смирнов та Настя Жеребецька створили журнал «Літопис українського дизайну», який документує історію графічного та промислового дизайну в Україні, включаючи роботи Нарбута, Кричевського, Єрмилова та Хасевича. Їхні дослідження підкреслюють важливість усвідомлення культурного контексту та історичного досвіду дизайнерів, що дозволяє правильно інтерпретувати орнаменти в сучасних проектах. Інші автори підкреслюють п’ять ключових рис українського дизайну: синестетичність, філосинергізм, мімезис, еклектичність та панморфізм. Ці принципи можна застосовувати і у цифровому графічному дизайні, створюючи багатошаровий та емоційно насичений досвід користувача.

Цілі та завдання дослідження. Метою дослідження є виявлення ефективних способів цифрової адаптації українських орнаментів та формування методології їхнього використання у сучасному графічному дизайні. Завдання включають:

1. Проаналізувати історичні орнаментальні мотиви українського мистецтва та архітектури.
2. Дослідити приклади сучасних дизайнерських практик і проєктів, що використовують національні мотиви.
3. Визначити ключові методи цифрової інтерпретації орнаментів.
4. Оцінити культурне та естетичне значення інтерпретацій у контексті сучасного дизайну.

Виклад основного матеріалу. Одним із прикладів синестетичного підходу є роботи Флоріана Юр’єва, які поєднують колір, форму та емоційний вплив. Його будинок «Літаюча тарілка» демонструє панморфічний принцип – комбінування форм і стилів для створення унікального образу.

Філосинергізм, тобто колективна робота над проєктами, проявляється у діяльності Бойчукістів, що вплинула на формування

національного стилю. Їхні твори, як «Збирання помідорів» Івана Падалки або «Дівчата з книжкою» Софії Налепинської-Бойчук, демонструють поєднання традиційних мотивів із сучасними художніми підходами. Мімезис проявляється у творчості Василя Єрмилова, який адаптував авангардні принципи до українського культурного контексту, наприклад обкладинки журналу «Авангард» або ескізи для промислових виробів. Еклектичність та панморфізм можна простежити у архітектурі та сучасному графічному дизайні, де поєднуються різні стилі, матеріали та символи, при цьому зберігаючи впізнаваність національного коду. Сучасні дизайнери, які працюють з орнаментами у цифрових медіа, використовують ці принципи для створення візуальних айдентик, патернів, UI-елементів та графічних проєктів, що інтегрують культурний контекст у сучасну естетику.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інтерпретація українських орнаментів у цифровому графічному дизайні дозволяє зберегти культурну спадщину та адаптувати її для сучасних медіа. Вивчення історичних прикладів і використання принципів синестетичності, філосинергізму, мімезису, еклектичності та панморфізму забезпечує багатогранний підхід до створення унікального національного стилю. Подальші дослідження можуть зосередитися на розвитку методологій цифрової адаптації, створенні освітніх проєктів та інтеграції орнаментів у міжнародні дизайн-тренди.

Список використаних джерел

1. Humanitarium. (2024). *П’ять рис українського дизайну, про які ви не замислювалися*. PRJCTR Knowledge Base. https://prjctr.com/knowledge-base/humanitarium/pyat-ris-ukrayinskogo-dizaynu-pro-yaki-vi-ne-zamislyuvalisya

2. Village. (2024). *Український дизайн — ніфіга не святковий: хто і навіщо робить «Літопис українського дизайну»*. https://www.village.com.ua/village/culture/culture-interview/350817-ukrayinskiy-dizayn-nifiga-ne-svyatkoviy-hto-y-navischo-robit-litopis-ukrayinskogo-dizaynu

3. Govorukhin, O. (2024). *Ukrainian design is about the future*. Govorukhin Blog. https://www.govorukhin.com/blog/ukrainian-design-is-about-the-future

4. Vseosvita. (2024). *Великодні писанки: візерунки, символи та їх значення*. https://vseosvita.ua/blogs/velykodni-pysanky-vizerunky-symvoly-ta-ikh-znachennia-87626.html

5. Kolisnyk, O., & Chuhunov, R. (2024). *Графічний дизайн: сучасні тенденції*. Вісник КНУТД, VI Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну», 262–265.

https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/28426/1/APSD_2024_V2_P262-265.pdf

УДК 008:741.5: 004

ТРАНСФОРМАЦІЯ МАНГИ ЯК ВІЗУАЛЬНОГО КОДУ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сердюк В.М., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Копієвська О.Р., доктор культурології, професор, професор кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: манга, візуальний код, манпу, ідеографічна система, ономатопея.

У сучасному світі змінюється підхід до сприйняття інформації: тексти поступово відходять на другий план, поступаючись місцем візуальним образам як головним носіям змісту. В умовах інформаційного перевантаження саме зображення забезпечують швидку та ефективну комунікацію. Доктор культурології Копієвська Ольга вивчаючи практичну тематизацію сучасних культурних практик наголошує на їх швидкій трансформації та функціональному різноманітті [2].

Специфічною культурною практикою перевантаження є манга. У сучасному культурному просторі манга виступає як важлива форма візуальної комунікації та культурної практики, що забезпечує трансляцію смислів через синтез зображення і тексту, сприяючи формуванню нових моделей сприйняття та інтерпретації реальності.

Манга у цьому контексті постає не просто як розважальний жанр, а як універсальна знакова система. Вона здатна передавати складну інформацію та емоційні стани через специфічний візуальний код, який залишається зрозумілим широкій аудиторії незалежно від мовних чи національних бар'єрів. Завдяки високому рівню адаптивності манга успішно інтегрується в цифрові середовища, трансформуючи класичні художні канони.

Структурна унікальність манги полягає в її функціонуванні як ідеографічної системи. На відміну від західного коміксу, де домінує лінійне поєднання тексту та малюнка, у манзі саме зображення працює як ієрогліф - воно має стале значення і зчитується моментально.

До важливих елементів такої структури можна віднести: графічні символи «манпу», яка виглядає як усталений набір візуальних маркерів, що передають емоційні стани, які складно або неможливо відтворити у фізичній реальності, де умовне зображення напруженої вени на лобі сигналізує про гнів, тоді як очі у формі сердець позначають закоханість.

Такі знаки забезпечують миттєве зчитування емоційного контексту без потреби у текстових поясненнях; візуалізована ономатопея, яка розглядається як особливий прийом передачі звуків через слова, що набувають виразної графічної форми. У манзі вони функціонують не лише як мовні одиниці, а і як візуальні елементи композиції. Характер написання літер безпосередньо впливає на сприйняття сцени: загострені форми асоціюються з напругою, агресією чи вибухами, тоді як м'які, округлі - із тишею, легкими звуками або ніжними емоційними станами.

Особливу роль у створенні наративу відіграє простір між кадрами та їх внутрішня побудова. Композиційні прийоми в манзі спрямовані на максимальне занурення читача в історію. Вихід за межі кадру, коли персонаж зображується поза рамками панелі, це символізує його психологічне домінування або емоційний «прорив» у простір читача. Абстрактне тло - замість деталізації реального місця дії автори часто використовують символічні елементи - лінії, квіти або темряву. Це маркує зміщення акценту з зовнішніх подій на внутрішній стан героя.

Традиційна манга історично створювалася з розрахунком на паперову розгортку, проте цифровізація кардинально змінила формат споживання контенту. Поява вертикального скролінгу перетворила статичну сторінку на «нескінченну стрічку», де темп оповіді регулює сам користувач.

Відсутність фіксованих рамок сторінки дає автору новий інструмент - керування темпоральністю через відстань між кадрами. Велика відстань може позначати тривалий проміжок часу або глибоке емоційне затишшя, що підсилює ефект занурення [1].

Цифрові методи суттєво спростили процес створення манги, замінивши складні паперові техніки. Те, що раніше вимагало кропіткої ручної роботи (наприклад, накладання ефектів скріптонів), зараз реалізується миттєво за допомогою графічних редакторів. Багато сучасних авторів використовують 3D-технології для створення фонів та архітектури. Це дозволяє досягти високого ступеня натуралізму локацій, створюючи цікавий візуальний контраст із намальованими персонажами. Якщо класична манга - це переважно чорно-біла естетика, то цифрові платформи активно впроваджують колір та навіть динамічні (анімовані) елементи в кадрах.

Завдяки цифровізації географічні кордони у розповсюдженні манги розмиваються. Світова аудиторія отримує доступ до розділів у реальному часі, маючи можливість обговорювати їх у коментарях, що формує активну онлайн-спільноту.

Це призвело до виникнення феномену «глобальної манги» - творів, створених авторами з різних країн (зокрема і з України), які наслідують японський стиль, але додають власні культурні елементи. Відбувається процес культурної дифузії. Візуальна універсальність персонажів, які часто

не мають вираженої етнічної приналежності, дозволяє читачеві сприймати себе як частину глобальної спільноти [3].

Манга сьогодні не лише літературно-художній жанр, а глобальний візуальний код, що став універсальною мовою сучасного медіапростору. Її естетика виходить за межі сторінок, впливаючи на моду, маркетинг та цифрову комунікацію через меми та стікери. У цифрову епоху манга демонструє, як традиційні художні форми трансформуються, створюючи нові смисли та способи комунікації в полікультурному середовищі.

Список використаних джерел

1. Бульба В. Поняття візуальної новели та рушії для її створення. *Наукові записки молодих учених.* 2023. № 12. URL: https://phm.cuspu.edu.ua/ojs/index.php/SNYS/article/view/2038.

2. Копієвська О.Р. Тематизація культурних практик у науковому дискурсі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв:* наук. журнал. Київ: Міленіум, 2019. № 1. С. 64–69.

3. Шикита Н.М. Сучасна попкультура в культурній дипломатії Японії: бакалаврська робота. Київ, 2025. 116 с.

СЕКЦІЯ
ЛІНГВО-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 81’25:81’42:316.77

TRANSLATION OF ETIQUETTE FORMULAS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION: UKRAINIAN AND ENGLISH PERSPECTIVES

Kononenko A. H., student,
Boiko Ya. V., Doctor of Science in Philology, Professor, Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: etiquette formulas, intercultural communication, translation, pragmatic equivalence, cultural differences.

The translation of etiquette formulas has become increasingly important in the context of globalization and intensified intercultural communication. As culturally bound and pragmatically loaded units, these expressions reflect norms of politeness and social interaction, which often lack direct equivalents across languages. Therefore, translating etiquette formulas between Ukrainian and

English requires strategies that ensure both semantic accuracy and functional adequacy, making this issue highly relevant for effective cross-cultural communication.

The aim of this paper is to analyze the translation of etiquette formulas in intercultural communication between Ukrainian and English.

Since language carries cultural meaning, transferring it from one language to another requires interpreting both linguistic forms and their contextual implications [1, p. 60–62]. Politeness expressions, shaped by social habits, play a crucial role in interpersonal communication and significantly influence how individuals interact in everyday contexts. These set expressions serve not only to convey information but also to establish interpersonal connection. As their primary function maintain the flow of interaction, such expressions rely heavily on shared understanding between participants. Greetings, expressions of gratitude, apologies, and polite requests follow familiar patterns that people expect in communication. These routines shift noticeably across cultures, shaped by unspoken rules. What feels natural in one setting may seem odd in another. Communication stays smooth when participants follow similar scripts. Translating politeness expressions often stumbles on pragmatic parity – keeping the impact close to that of the source statement [3].

Unlike single words, these set expressions vary in meaning depending on the context and cultural background. What matters most is understanding the communicative purpose rather than reproducing the original structure [2, p. 15–16]. For example, the English formula “How do you do?” cannot be translated literally into Ukrainian without losing its communicative function. Instead, translators use expressions such as «Радий познайомитися», which better correspond to Ukrainian norms of politeness. This demonstrates the importance of functional equivalence in translation. Similarly, common greetings such as “Hello” or “Hi” require contextual adaptation. Depending on the situation, they may be translated as «Добрий день» or «Привіт», reflecting differences in formality and social distance.

Such variation highlights the role of sociolinguistic factors in translation. One challenge worth noting involves cultural lacunae, where a concept in one language has no direct equivalent in another [4, p. 199–201]. Such gaps appear more often within etiquette expressions, since customs vary across societies. For instance, the Ukrainian expression «Смачного» has no strict equivalent in English. While “Enjoy your meal” is sometimes used, it is not obligatory and may even be omitted in informal contexts.

This reflects broader differences in communicative behaviour across cultures. Politeness rituals in Ukrainian tend to preserve more traditional and elaborate forms, whereas English commonly relies on simpler and more flexible expressions [2]. As a result, translators must choose between maintaining the

original cultural specificity or adapting the expression to align with the expectations of the target audience. In examining how meaning is transferred across languages, translators employ strategies such as substitution, modulation, generalization, and omission.

While exact equivalence may be important in some cases, clarity of meaning is often more essential. A key strategy is substitution, which preserves the communicative intent despite changes in wording. For example, the English phrase *"Nice to meet you"* is often translated into Ukrainian as «*Радий(а) знайомству*» rather than a literal equivalent, ensuring a more natural and culturally appropriate expression. Similarly, the English apology *"I'm sorry"* may be rendered as *«Перепрошую»* or *«Вибачте»* depending on the level of formality, thus maintaining the intended politeness while adapting to Ukrainian communicative norms.

Modulation involves shifting perspective without altering meaning, whereas generalization reduces culture-specific elements. For example, the English request *"Do you mind opening the window?"* may be translated into Ukrainian as *«Відкрийте, будь ласка, вікно»,* shifting from an indirect to a more direct form while preserving politeness. Similarly, *"Could you possibly help me?"* may be rendered as *«Допоможіть, будь ласка»,* maintaining the request while simplifying its structure.

In terms of generalization, a more specific expression such as *"Thank you for your time and consideration"* can be rendered simply as *«Дякую»* or *«Щиро дякую»,* reducing detail while maintaining the overall communicative intent. Likewise, *"I would like to express my sincere gratitude"* may be rendered simply as *«Щиро дякую»,* omitting stylistic elaboration to achieve naturalness in the target language.

Additionally, elements that may seem redundant or unnatural in the target culture are sometimes omitted to enhance fluency. For example, the English closing *"I look forward to hearing from you"* is often omitted or reduced in Ukrainian business correspondence, as its function may already be implied by context. In such cases, selective reduction allows the translated text to sound more natural while maintaining the overall message. Similarly, phrases such as *"Thank you in advance"* may be shortened to *«Дякую»* or omitted entirely if the politeness is already conveyed elsewhere in the message. In such cases, selective reduction allows the translated text to sound more natural while maintaining the overall communicative effect.

Special attention should be paid to levels of formality and social distance. English employs a single pronoun "you", whereas Ukrainian distinguishes between «ти» and «ви», which requires careful contextual interpretation. This contrast reflects deeper cultural differences in politeness systems. In English, politeness is often expressed through softened and indirect phrasing, such as

“Would it be possible...”, while Ukrainian may use more direct formulations without being perceived as impolite.

For this reason, conveying meaning in translation involves not only lexical choices but also adjustments in tone and pragmatic nuance. This is particularly evident in media and news discourse, where etiquette formulas often become standardized or simplified [4, p. 205–206]. Nevertheless, such phrases remain important in interviews, quoted statements, or official comments – contexts that require both tact and neutrality. In these cases, translators must balance clarity, accuracy, and cultural appropriateness, with each decision shaped by the expectations of the target audience.

Success in translation depends not only on vocabulary but on understanding how language reflects cultural perceptions and social norms. Translating politeness expressions requires careful attention to context, as meaning must be conveyed together with communicative intent. Even minor adjustments can significantly influence how a message is perceived, highlighting the importance of pragmatic awareness beyond grammatical accuracy. Etiquette formulas, which embody cultural identity and shape interaction patterns, present particular challenges in cross-cultural transfer. Their analysis offers valuable insight into the relationship between language and society.

In conclusion, translating etiquette formulas involves prioritizing communicative effect over formal equivalence. Functional substitution and contextual adaptation are among the most effective strategies for preserving meaning and cultural appropriateness, while the main challenge remains balancing linguistic precision with the expectations of the target audience.

List of sources used

1. Бойко Я. В., Ніконова В. Г. Узагальнена система перекладацьких відтворень у досягненні еквівалентності й адекватності у перекладі. Вісник Харківського національного університету. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2025. № 101. С. 60–74. DOI: 10.26565/2786-5312-2025-101-06.

2. Boiko Ya. V. Stylistics of business communication from a sociocultural and translational perspectives. Рідне слово в етнокультурному вимірі. Дрогобич : ДДПУ ім. Івана Франка, 2025. Вип. 10. С. 14–19. DOI: https://doi.org/10.24919/2518-1602.2025.10.2.

3. Borysova Z., Borysova V. Speech etiquette formulas in Ukrainian business communication: perspectives of foreign learners. Sworld-Us Conference Proceedings. 2025. DOI: https://doi.org/10.30888/2709-2267.2025-31-00-008.

4. Drabov N. Yu., Tymchyk M. P. Peculiarities of translation with regard to the linguocultural and sociocultural aspects. Закарпатські філологічні студії. 2024. Вип. 37. С. 199–206. DOI: https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.37.34

УДК 81’25:81’37

EMOTIONALLY EXPRESSIVE VOCABULARY

Savchenko L. D., Student
Boiko Ya. V., Doctor of Science in Philology, Professor,
Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Emotionally expressive vocabulary is an integral part of language and speech; however, despite the abundance of academic research on this topic, there is no single definition or typology on which all experts would agree. This is primarily due to the complexity of addressing this fundamental linguistic problem and the lack of a clear definition of “emotion” in psychology, which linguists could draw upon in their research [7, p. 56].

For a more detailed analysis, the concept of emotionally expressive vocabulary can be broken down into its components: emotional and expressive. These components derive from the terms “emotion” and “expression”.

According to L. Belyekhova’s “Glossary of Cognitive Poetics”, “emotions (French ‘émotion’, from Latin ‘emovere’, «збуджувати, хвилювати») are one of the forms of representing the world, denoting mental experiences and feelings” [1, p. 65]. These feelings are reflected in human speech [1, p. 11].

Kh. Melko argues that emotions are a psychological concept; therefore, linguistic studies focus not on emotions as such, but on the emotionality embedded in certain lexical units [5, p. 185]. Thus, “emotional” refers to the expression of feelings, experiences, moods, and subjective attitudes. An emotional word is a lexical unit whose primary function is to express feelings” [2, p. 75].

Kh. Melko states that when studying emotionality from a linguistic perspective, one must consider the nature of human emotions, which have two main characteristics: objectivity (reflection of reality) and subjectivity (reflection of the personal). One must also not forget about the semantics of the text and such aspects as referentiality, motivation, and receptivity. From this, three components of emotionality follow:

1) objectivity, or the presence of emotional judgment;

2) engagement, or the extent to which the author is emotionally motivated;

3) suggestiveness, as an indicator of the reader’s likely emotional response to the text.

A. Zahnitko defines emotional vocabulary as that which not only expresses the speaker’s feelings but also influences them. This can be manifested through a word’s semantics, its affixes (changes in the root’s meaning), as well as the context of its use. Emotional vocabulary has a rich

stylistic range: from solemnity to vulgarity, from gentleness to rudeness [3, p. 127].

A. Zahnitko classifies words according to the reproduction of emotionally expressive nuances into three groups:

1) words which emotional colouring is inherent in their meaning;

2) words that acquire a certain semantic nuance in a figurative meaning;

3) words whose emotional colouring is added by suffixes [3, p. 127-128].

It is worth noting that A. Zahnitko places "emotivity" alongside "emotionality" in his lexicon, presenting them as synonyms [3, p. 127]. A number of scholars distinguish between these two concepts in a similar way to how Kh. Melko distinguishes between emotions and emotionality: "emotionality" is a psychological characteristic of a person, while "emotivity" is a linguistic characteristic of a text [9, p. 330]. O. Yemelianova and Yu. Yurko explain that emotivity is a planned and controlled expression of emotions directed at a recipient with the aim of influencing, evaluating, or anticipating a situation [7, p. 57].

D.I. Hanych's Dictionary of Linguistic Terms offers two definitions of expression: 1) "expressiveness, the emphatic expression of feelings and emotions"; 2) "the expressive and figurative features of language manifested in lexical, word-formation, and grammatical means (in expressive vocabulary, specific affixes, tropes, and stylistic figures) that lend the language imagery and emotional color" [2, p. 74]. Thus, "expressive" is defined as that which contains, express and conveys expression.

There is another definition: "Expressive refers to something that conveys the author's emotional state and evokes a corresponding response in the reader" [6, p. 201].

However, V. Chabanenko characterizes expression as something that arises as a result of the emotionality of speech, rather than as a factor that imparts it. According to V. Chabanenko, expression is not expressiveness itself, but rather the intensification or emphasis of expressiveness. Moreover, expression occurs not only in the emotional aspect of speech, but also in the volitional, normative, semantic, situational, socio-evaluative, and other aspects [4, pp. 6–7].

Based on this, V. Chabanenko defines expressiveness as the result of emphasized expressiveness. Therefore, the term "expressive" should be understood not merely as "clear" or "vivid", but as "intensely expressive". V. Chabanenko supports her view with the argument that expressiveness is already inherent in every linguistic sign, since their function is to convey something – that is, to express. Although the author agrees that expressiveness has an impact on the listener / reader, heightening their attention or evoking certain feelings [4, p. 7].

When discussing the nature and conditions of "expressiveness", V. Chabanenko divides it into two types:

1) inherent expressiveness, where heightened expressiveness is intrinsically inherent in the linguistic sign and does not depend on the context of its use, e.g. штовхнути, злотосяйний;

2) extrinsic expressiveness, where a linguistic sign acquires heightened expressiveness in a specific speech situation, e.g. Він не йшов, а летів [4, p. 8].

From a functional-diachronic perspective, "expressiveness" can be:

1) basic (primary) – inherent in general-cultural or authorial linguistic constructions that are established in a given language, e.g. Козацькому роду нема переводу;

2) derived (secondary) – superimposed on basic (primary) expressiveness and formed under the influence of the context of use and the structural-semantic renewal of the linguistic means, e.g. Талантам народу нема переводу [4, pp. 8-9].

"Expressiveness" can also be objective (rooted in a given language) or subjective (created by the author or perceived by the reader / listener) [4, p. 9].

If heightened "expressiveness" makes sense only to the author, it is intrapersonal; if it is employed to make an impression on others, it is extrapersonal [4, p. 9].

Depending on the number of means used to achieve it, expressiveness is divided into two types: simple and combined. Simple expressiveness occurs when expressiveness is intensified by a single means, e.g. only by a suffix питоньки or only by stress висОко. In combined expressiveness, there is more than one means, e.g. the word рідненькая intensified by a positive semantic nuance, a diminutive suffix, and a stylistically marked ending [4, p. 9].

V. Chabanenko acknowledges the relativity of classifying "expressiveness" based on the degree or intensity of emphasized expressiveness, but proposes the following division:

1) common expressiveness, which nevertheless retains its stylistic color, is referred to as weak;

2) moderate expressiveness lies between weak and strong; it does not create intense tension in speech;

3) strong expressiveness is characterized by vividness and originality. It often combines several forms of expressiveness or stands out due to a sharp deviation from the standards of the given language [4, p. 11].

"Expressiveness" is achieved through:

1) linguistic and structural means (semantics, stress, affixation, etc.);

2) various methods of stylistic modification of language elements (sound stretching, alliteration, assonance, syllabic segmentation, etc.);

3) the use of stylistic figures (ellipsis, repetition, pleonasm, gradation, antithesis, etc.);

4) the use of tropes (metaphors, hyperbole, periphrasis, etc.) [4, p. 12].

Given the number of studies devoted to emotionally expressive vocabulary as a phenomenon, it can be confidently stated that this topic has long remained relevant in the field of linguistics, primarily due to its breadth and

depth. However, the diversity of scholarly approaches results in a variety of interpretations. Therefore, despite its significance, the issue of clearly defining emotionally expressive vocabulary remains open.

References

1. Бєлєхова Л. І. Глосарій з когнітивної поетики : науково-метод. посіб. Херсон : Айлайт, 2004. 124 с.

2. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища шк., 1985. 356 с.

3. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни. Донецьк : Дон., 2012. Т. 3. 402 с.

4. Чабаненко В. А. Стилістика експресивних засобів української мови : монографія. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 351 с.

5. Melko K. B. Expressiveness and emotionality as linguistic notions. *Language and literature in the multicultural space*. 2019. P. 177–193. URL: https://doi.org/10.36059/978-966-397-171-1/177-193 (date of access: 19.03.2026).

6. Nida E. A., Taber C. R. Helps for translators. 2nd ed. Leiden : E. J. Brill, 1982. Vol. 8 : The theory and practice of translation. 218 p.

7. Yemelyanova O., Yurko Y. Foregrounding of the category of emotiveness in the modern English publicistic discourse. *Naukowa Prezestrzen Eurory. Volume 24. Filologiczne nauki*, Przemyśl, 7–15 April 2014. Przemyśl, 2014. P. 56–61. URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/3492 (date of access: 19.03.2026).

UDC 81’25:316.77:008
ORCID https://orcid.org/0000-0001-8517-9975

TRANSLATION AS CULTURAL NEGOTIATION: POWER, IDENTITY, AND MEANING ACROSS LANGUAGES

Fedorenko S. V., Doctor of Science in Pedagogy, Professor,
Professor of the Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: translation, cultural negotiation, identity, power, intercultural communication, meaning.

In today’s globalized world, translation plays an important role in ensuring intercultural communication. The active development of international relations, digital technologies and global media significantly expands the scope of intercultural interaction, making translation an integral part of modern society. Traditionally, translation was considered a neutral tool for transmitting content, but modern research proves that it is a much more complex

phenomenon. Translation acts as a form of cultural negotiation, in the process of which not only the transfer of information takes place, but also the transformation of meanings, the representation of cultural values and the reflection of power structures.

Thus, translation becomes an active factor in the formation of intercultural discourse in both traditional and digital forms of communication. The concept of translation as a cultural negotiation assumes that the translator is not a passive intermediary, but an active participant in the communicative process. He/she interacts with the text, the author and the cultural context, interprets the content and makes decisions that affect the final result [1-4]. This role is especially evident in the digital environment, where translation is often done quickly and with current trends in mind, forcing the translator or automatic systems to adapt the content to the cultural context.

An illustrative example is the translation of cultural realities. The Ukrainian word "борщ" in English is usually translated as borsch or borscht, but often requires additional explanation (beet soup), which already changes the cultural emphasis. Similar processes occur in social networks, where culturally specific content quickly spreads between audiences. For example, the English-language meme "OK, boomer" can be translated into Ukrainian as "окей, бумер", but its true meaning is related to intergenerational conflict. Without understanding the context, the translation loses its ironic and social subtext, so memes are often adapted or replaced with local analogues.

Similar difficulties arise when translating idioms. The expression "break the ice" is translated into Ukrainian as "розрядити обстановку / розв'язати розмову", which is an adequate equivalent, while "kick the bucket" requires cultural adaptation ("to die"), which leads to a loss of imagery. In the modern media space, these problems are exacerbated, as automatic translation systems such as Google Translate or DeepL often do not take into account stylistic and cultural nuances. For example, the phrase "you did a great job" can be translated as "молодець, дуже добре / ти чудово впорався", which in the Ukrainian context sometimes sounds less natural than English "you did a great job". The phrase "don't be a stranger" is also an English idiom. It doesn't literally mean "don't be a stranger," but is used when they want to say: "don't disappear from sight," "keep in touch," "come back again" ("не зникай з поля зору", "підтримуй контакт", "завітай ще").

Translation also reflects power relations between cultures, which is especially noticeable in media discourse and international news. Let us consider the example: the English phrase "conflict in Ukraine" can be translated as "conflict" or "war", and this choice affects the audience's perception of events. In the digital age, when news spreads instantly, such translation decisions shape the global information space.

The power and cultural aspect of translation is also evident in localization processes. In modern video games, jokes, character names, and cultural references are changed for different markets to better engage players, but this

changes the original cultural code. On streaming platforms, such as Netflix or YouTube, the translation of slang or humor is often adapted rather than transmitted verbatim, which can lead to different perceptions of the same content by audiences in different countries. In advertising campaigns of global brands, slogans and visual images are changed to match the cultural norms of a particular market. This confirms that translation in the digital age is not just the transmission of text, but a process of constant cultural negotiation.

Translation plays a special role in the formation of cultural identity and social values. Translations of works of Ukrainian literature, in particular Taras Shevchenko, face the difficulties of transmitting deep historical and symbolic meanings. Modern trends require taking into account inclusivity and gender sensitivity: the English pronoun “they” as a neutral in the Ukrainian language has no direct equivalent, which forces the translator to look for compromise solutions. In international business, translation is also used in everyday communication – from emails to video conferences, where unsuccessful translation or disregard for cultural norms can lead to misunderstandings or conflicts.

Meaning in translation is formed in the interaction between text and culture, which is especially noticeable in artistic, advertising and digital discourse. For instance, puns are often replaced by other jokes, and the slogan “Just do it” is adapted according to cultural characteristics, which demonstrates the priority of conveying meaning over literal translation.

Therefore, translation as a cultural negotiation in the 21st century is a dynamic and multidimensional process that goes beyond the boundaries of the traditional text. It encompasses language, culture, power and identity and requires a high level of intercultural competence, sensitivity and critical thinking from the translator. The translator (or translation system) becomes an active participant in global cultural exchange, and translation is a process of continuous formation of meanings, identities and cultural values.

References

1. Hall E. T. Beyond Culture. New York: Anchor Books, 1976. 298 p.
2. Toury G. Descriptive Translation Studies and Beyond. Amsterdam: John Benjamins, 2012. 311 p.
3. Tymoczko M. Enlarging Translation, Empowering Translators. Manchester: St. Jerome Publishing, 2007. 374 p.
4. Venuti L. The Translator’s Invisibility: A History of Translation. London: Routledge, 2008. 353 p.

UDC 81’25:316.77
ORCID https://orcid.org/0000-0002-6111-7996

TRANSLATION AS A MEDIATOR BETWEEN CULTURES: LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECT

Ameridze O. S., Doctor of Philosophy in Pedagogical and Educational Sciences, Associate Professor of the Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: intercultural communication, translation, mediator, cultural concepts, context.

In the modern globalized world, intercultural communication is gaining special importance, as interaction between representatives of different cultures becomes an integral part of social life. The intensification of international contacts in the fields of politics, economics, science and culture necessitates the need for high-quality exchange of information between speakers of different languages and cultural traditions. In this context, translation acts not only as a process of transferring information from one language to another, but as a complex act of intercultural mediation [2]. It provides the possibility of dialogue between cultures, promotes mutual understanding and reduces communication barriers. In such a process, the translator plays the role of a mediator, ensuring not only linguistic but also cultural adequacy of communication [3], which is especially important in the context of the diversity of worldview systems.

Translation is a special type of intercultural communication, as it involves the interaction of different cultural systems [6]. Each language reflects a specific view of the world, formed by historical, social and mental factors. This picture of the world includes ideas about norms of behavior, values, traditions and symbols, which can differ significantly in different cultures. Therefore, translation cannot be limited to the literal reproduction of the text – it requires a deep understanding of the cultural context in which the original was created, as well as adaptation of the content to the characteristics of the target audience.

Linguistic units often contain cultural meanings that do not have direct counterparts in another language. This applies to idioms, realities, phraseological units and cultural concepts [1], which reflect the unique experience of a particular people. For example, words associated with traditional holidays, social institutions or historical events may be incomprehensible without additional explanation. That is why the translator must act as an interpreter, able to convey hidden meanings, taking into account not only the lexical, but also the pragmatic and cultural load of statements.

The linguocultural approach to translation involves taking into account the close connection between language and culture [4]. Language acts as a carrier of cultural information, and translation is a way of transmitting it between different

communities. The translation of culturally marked vocabulary, which reflects the specific realities of a certain people, is particularly difficult [1]. In such cases, the translator uses various strategies: transliteration to preserve authenticity, tracing to convey structure, descriptive translation to explain meaning, or adaptation to bring the content closer to the recipient culture. The choice of strategy depends on the communicative purpose, type of text, genre, and audience expectations, which confirms the complexity of the translation process as an intercultural phenomenon [5].

The role of the translators goes beyond the technical recoding of the text. They act as intermediaries between cultures, interpreting and adapting the content [3]. In this process, the translator must take into account differences in value systems, norms of behavior, etiquette, and communication styles. For example, what is acceptable in one culture may be unacceptable or even offensive in another. Therefore, a translator must have a high level of intercultural sensitivity, which allows avoiding misunderstandings and ensure the effectiveness of intercultural dialogue.

Thus, a translator not only transmits information, but also forms mutual understanding between representatives of different cultures [7]. His/her activity contributes to the establishment of cultural ties, the dissemination of knowledge and the development of intercultural cooperation. The role of a translator is especially vital in the spheres of diplomacy, international business, education and media, where the accuracy and adequacy of the transmission of information are of crucial importance.

Among the main difficulties of translation activity, it is worth highlighting the problem of untranslatability, when certain cultural concepts do not have counterparts in the language of translation. This can apply to both individual words and entire cultural phenomena. Also, the problems of cultural stereotypes and pragmatic differences matter, which can lead to distortion of the content or misinterpretation of the message [8]. In such cases, a translator must demonstrate a high level of intercultural competence, critical thinking and professional flexibility.

Context plays a crucial role in ensuring the adequacy of translation, since without its consideration serious communicative errors are possible. Context encompasses not only the linguistic environment, but also social, cultural and situational factors. Effective performance of the role of cultural mediator requires the translator to have a number of competencies: linguistic, cultural, communicative, interpretative and strategic. In addition, the ethical responsibility of the translator is important, because their activities directly affect the formation of ideas about another culture and the level of intercultural understanding [5].

Therefore, the translator plays a key role in ensuring intercultural communication, acting as an intermediary between languages and cultures. The linguocultural aspect of translation emphasizes the need to take into account the cultural context

References

1. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. London: Routledge, 2011. 396 p.
2. Bassnett S. Translation Studies. 4th ed. London: Routledge, 2014. 176 p.
3. House J. Translation as Communication across Languages and Cultures. London: Routledge, 2015. 168 p.
4. Katan D., Taibi M. Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators. London: Routledge, 2021. 432 p.
5. Venuti L. The Translator's Invisibility: A History of Translation. London: Routledge, 2008. 353 p.
6. Snell-Hornby M., Jettmarová Z., Kaindl K. Translation as Intercultural Communication. Amsterdam: John Benjamins, 1997. 323 p.
7. Hajiyeva V., Nasirova U., Hasanova S. Intercultural Communication and Translation. *ASES Journal of Culture, Art and Literature*. 2022. Vol. 1, № 1. P. 1–6.
8. Manaj L. S. Intercultural Translation and Communication. *European Journal of Social Sciences Education and Research*. 2017. Vol. 4, № 2. P. 167–170.

UDC 81'27:316.77
ORCID https://orcid.org/0000-0001-9332-612X

ROLE OF CULTURAL CONCEPTS IN THE PROCESS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Bondarenko O. I., Doctor of Philosophy in Pedagogical and Educational Sciences, Associate Professor of the Department of English for Humanities № 3
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Keywords: concept, intercultural communication, cultural context, speech strategies.

In the modern globalized world, intercultural communication is an important factor in effective interaction between representatives of different cultures. It covers various spheres of social life – from everyday communication to international cooperation. In this process, cultural concepts are of particular importance as basic units of collective consciousness, reflecting the system of values, norms and ideas of a certain society [2].

Cultural concepts act as peculiar cognitive structures through which a person perceives and interprets the world. Their correct understanding is a

necessary condition for successful intercultural communication [4]. A cultural concept is a complex mental formation that includes conceptual, figurative and value components [1]. It is formed under the influence of historical, social and cultural factors and reflects the specifics of the national worldview. Concepts are fixed in the language through lexical units, phraseological units, metaphors and symbols. They can be universal (for example, “life”, “love”) or nationally specific (“will”, “soul”, “honor”) [3].

The peculiarity of cultural concepts is that they accumulate the collective experience of the people and transmit it between generations, forming a cultural identity. In intercultural communication, concepts perform the function of semantic landmarks that determine the perception and interpretation of information [6]. They influence communicative behavior and the formation of speech strategies. Differences in the conceptual systems of different cultures often cause communicative barriers. For example, different understandings of politeness, social distance or the role of time can lead to misunderstandings [8].

Thus, the effectiveness of intercultural communication largely depends on the ability to take into account the cultural concepts of another community.

Cultural concepts are reflected in language, which makes them accessible for analysis. They are verbalized through lexical units, phraseologisms, metaphors and paremias [1]. This is especially clearly evident in the comparison of Ukrainian and English-language concepts: For example, the Ukrainian concept “will” has a broader meaning than its English equivalents “freedom” and “liberty”. It combines the ideas of independence, inner freedom and historical struggle, which is associated with the Cossack tradition. In contrast, “freedom” is a more general concept, and “liberty” has a predominantly legal meaning.

Another example is the concept “soul”, which in Ukrainian culture reflects emotionality, sincerity and spiritual depth. In English, the equivalent “soul” is used less often in everyday speech and has a more abstract or religious meaning.

The concept “family” also has differences: in Ukrainian culture it covers a wider circle of relatives and emphasizes close emotional ties, while the English “family” more often means a nuclear family.

The aforementioned examples demonstrate that even in the presence of formal counterparts, cultural concepts can differ significantly in content.

The linguistic view of the world is formed under the influence of cultural concepts and reflects the specifics of the perception of reality [3]. It determines how representatives of a certain culture interpret the world around them. For instance, the concept “hospitality” in Ukrainian culture implies generosity, openness and obligatory treatment of guests. In contrast, the English concept “hospitality” has a more formalized nature and is often associated with compliance with social norms, rather than with emotional involvement.

Another illustrative example is the concept “time”. In English-speaking culture, “time” is perceived as a valuable resource (“time is money”), which

requires punctuality and clear planning. In Ukrainian culture, the concept of time is more flexible, allowing for certain deviations from the schedule.

These differences affect people's behavior and can cause difficulties in intercultural communication.

Interpretation of cultural concepts is accompanied by a number of difficulties: non-equivalence of individual concepts; ambiguity of concepts; influence of cultural stereotypes; dependence on the context. [7; 8]. For example, a misunderstanding of the concepts "time" or "hospitality" can lead to an erroneous assessment of the interlocutor's behavior.

For effective communication, it is necessary to develop intercultural competence, which includes knowledge of cultural concepts, the ability to interpret them, and a tolerant attitude towards other cultures[2].

Therefore, cultural concepts are key elements of intercultural communication, since they determine the way of thinking, behavior, and interpretation of information. Examples of Ukrainian and English-language concepts demonstrate that even similar concepts can have different meanings. This emphasizes the need for a deep understanding of the cultural context to achieve effective communication.

References

1. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. London: Routledge, 1992. 320 p. DOI: https://doi.org/10.4324/9780203133590

2. Bassnett S. Translation Studies. 4th ed. London: Routledge, 2014. 176 p.

3. Wierzbicka A. Understanding Cultures through Their Key Words. New York: Oxford University Press, 1997. 317 p.

4. Katan D., Taibi M. Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators. London: Routledge, 2021. 432 p.

5. Hall E. T. Beyond Culture. New York: Anchor Books, 1976. 298 p. URL: https://monoskop.org/images/6/60/Hall_Edward_T_Beyond_Culture.pdf

6. Snell-Hornby M., Jettmarová Z., Kaindl K. Translation as Intercultural Communication. Amsterdam: John Benjamins, 1997. 323 p.

7. House J., Blum-Kulka S. Interlingual and Intercultural Communication. Tübingen: Gunter Narr, 1986. 292 p.

8. Olohan M. The Translator: Studies in Intercultural Communication. Manchester: St. Jerome Publishing, 2011. 250 p.

UDC 81’25:005.57
ORCID ID 0000-0003-0370-0283

CULTURAL AND LINGUISTIC ADAPTATION IN TRANSLATING CORPORATE COMMUNICATION: EVIDENCE FROM UKRAINIAN AND ENGLISH CONTEXTS

Gudkova N. M., Candidate of Philology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Philology and Translation,
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: corporate communication, translation, cultural adaptation, localization, transcreation, branding, marketing discourse.

In the contemporary globalized economy, corporate communication serves as a strategic instrument for constructing brand identity and ensuring effective interaction with diverse audiences. Advertising discourse relies on emotional and sensory impact strategies that shape consumer perception and enhance persuasive effect [1]. As companies expand into international markets, the role of translation becomes increasingly important, particularly in the fields of branding, marketing, and public relations. However, translation in this domain is not limited to linguistic equivalence; it requires a high degree of cultural adaptation in order to preserve communicative intent and persuasive impact [2, p. 25].

The relevance of this study is due to the growing need for effective cross-cultural communication in business contexts, where inadequate translation may result in misinterpretation, loss of brand value, or even reputational damage. Thus, the analysis of linguistic and cultural strategies in translating corporate discourse is of particular importance in modern translation studies [7, p. 112].

The aim of the paper is to identify and analyze key strategies of cultural and linguistic adaptation in translating corporate communication from Ukrainian into English. The objectives include examining translation transformations, identifying culturally marked elements, and evaluating the effectiveness of adaptation strategies in real-life communicative contexts.

The research methodology is based on comparative analysis of Ukrainian and English corporate texts, including advertising slogans, website content, and PR materials. The study integrates approaches from contrastive linguistics, discourse analysis, and translation theory [3, p. 45].

One of the main challenges in translating corporate communication is the presence of culturally specific elements embedded in the source text. These include idioms, cultural references, symbolic meanings, and value systems. Ukrainian corporate discourse often reflects collectivist values, emotional expressiveness, and cultural identity, whereas English-language business communication tends to emphasize clarity, efficiency, and individual appeal [6, p. 67].

For example, the Ukrainian slogan Смак, що об’єднує родину may be translated literally as The taste that unites the family. However, such a version sounds unnatural in English marketing discourse. A more culturally adapted translation would be A taste that brings people together, which better corresponds to English communicative norms and stylistic expectations.

Another example illustrates the translation of emotionally marked expressions. The Ukrainian phrase Створено з любов’ю is often rendered as Made with love. While this translation is formally accurate, its pragmatic effect in English may be weaker due to its frequent use and reduced expressive value. Therefore, translators may opt for more creative alternatives depending on context, such as Crafted with care or Made to inspire.

A particularly illustrative case is the Ukrainian e-commerce brand Rozetka. Its slogan Щоразу що треба has been adapted into English as Everything you need, every time. This version demonstrates successful transcreation, as it preserves the core message while restructuring the phrase to fit English syntactic and stylistic norms. The adaptation reflects the importance of fluency and naturalness in target-language communication.

Another example is Nova Poshta, a leading Ukrainian logistics company. Its communication strategy emphasizes speed and reliability, often expressed through concise Ukrainian slogans. In English, the brand uses simplified and direct messages such as Fast delivery across Ukraine. This reflects a shift from expressive to functional communication, aligning with English-language business discourse conventions.

The case of Grammarly, an internationally recognized Ukrainian-founded company, demonstrates the opposite direction of translation and adaptation. Grammarly’s English communication is highly concise, user-oriented, and focused on clarity (e.g., Write with confidence). When adapted into Ukrainian, such messages often require expansion or stylistic modification to achieve a similar persuasive effect, illustrating the asymmetry of translation processes.

The analysis also highlights the importance of localization and transcreation as key strategies in translating corporate communication. Localization involves adapting content to cultural norms, expectations, and linguistic conventions of the target audience, while transcreation allows for creative reinterpretation of the message [4, p. 89]. These strategies are particularly relevant in marketing and branding, where emotional appeal and audience engagement are critical.

Humor, wordplay, and culturally bound references represent another significant challenge. For instance, a slogan based on a pun in Ukrainian cannot usually be translated directly into English and requires complete reformulation. In such cases, the translator performs a creative role, ensuring that the communicative effect is preserved even if the linguistic form changes.

Furthermore, differences in discourse structure also influence translation strategies. Ukrainian corporate texts often contain longer sentences and descriptive elements, whereas English texts favor brevity and clarity. As a result,

translation frequently involves condensation, restructuring, and simplification of the source text [5, p. 53].

The findings of this study demonstrate that effective translation of corporate communication requires a balance between accuracy and adaptation. Linguistic competence alone is insufficient; translators must also possess intercultural awareness, creativity, and knowledge of marketing conventions.

In conclusion, the translation of corporate communication is a complex and multidimensional process that involves both linguistic and cultural transformation. The results of this research highlight the importance of linguocultural adaptation in ensuring effective cross-cultural communication and contribute to the development of translation studies as an interdisciplinary field.

List of sources used

1. Gudkova N. M. et al. Synaesthesia as an implementation of sensory impact strategy in English-language advertising: psycholinguistic aspect. Conhecimento & Diversidade. 2024. Vol. 16, No. 44. P. 638–662.
2. Baker M. *In Other Words: A Coursebook on Translation*. London: Routledge, 2018.
3. Newmark P. *A Textbook of Translation*. New York: Prentice Hall, 1988.
4. House J. *Translation Quality Assessment: Past and Present*. London: Routledge, 2015.
5. Schäffner C. Translation and Intercultural Communication. *Translation Studies*. 2012.
6. Katan D. *Translating Cultures: An Introduction for Translators*. London: Routledge, 2014.
7. Munday J. *Introducing Translation Studies*. London: Routledge, 2016.

УДК:811.124’02’38
orcid. org/0000-0003-1449-0269
orcid. org/0000-0003-4060-7440

СТИЛІСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗВЕРТАННЯ В ОДАХ ГОРАЦІЯ

Загайська Г.М., кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри румунської та класичної філології
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Петришин М.Й., кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри загального та германського мовознавства
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

*Ключові слова:*Горацій, ода, звертання, гімн, адресат, лірика.

Одним з актуальних напрямів сучасних наукових студій є дослідження індивідуального стилю письменників з погляду естетики художнього слова і створення індивідуальних авторських мовних картин світу. Пропонована робота продовжить цю тенденцію на прикладі творчості одного з найвеличніших поетів епохи Августа – Квінта Горація Флакка (65-8 р.до н.е), значення творчості якого мало величезний вплив не лише на європейську літературу, але і на українську.

Великий внесок у вивчення творчості поета в Україні зробив відомий вітчизняний вчений, письменник і перекладач А.Содомора [3;4; 5;6]. Однак, незважаючи на вагомі здобутки, актуальність проблематики не вичерпано. Низка питань залишається недостатньо висвітленою, потребує окремих досліджень. Тому, важливим аспектом на нашу думку, є наукова розвідка стилістичного потенціалу звертання у одах, його ролі і вплив на характер лірики Горація, що є метою нашої статті. Об'єктом дослідження стали 103 оди Горація [7].

Усі вербальні стилістичні засоби реалізують своє звичне і набуте значення у контексті, що може мати різноманітну структуру – словосполучення, речення, надфразна єдність, текст.

Особливістю поезії Горація є використання звертання. Ще в „Риториці до Геренія" відводилося важливе місце звертанню як стилістичній фігурі. В поетичному мовленні звертання рідко служить для номінації особи чи предмета, до якого звернене мовлення. Зазвичай, в поезії, воно виступає як важливий виражально-зображувальний засіб. Навіть якщо звертання і не має при собі епітетів-означень, вигуків, не містить у своєму складі суфіксів емоційного забарвлення чи префіксів, саме вживання слова як звертання може надати йому образного поетичного змісту. Звертання завжди виражає певні логіко-смислові чи емоційно-експресивні відтінки, завдяки чому воно в будь-якій словесній формі може виступати як засіб виразності [2, с.16]. Звертання, крім смислової інформації, містить ще й експресивний потенціал, що, безперечно, впливає на духовний світ, почуття, емоції, думки читача. Добір звертання для кожного конкретного випадку залежить від характеру спілкування, ступеня знайомства чи родинних стосунків та інших екстралінгвальних чинників. Під звертанням ми розуміємо інтонаційно виділене в реченні слово або сполучення слів, що ним називається істота або персоніфікований предмет, якому адресується мовлення [2, с.268].

Дев'яносто сім од зі ста трьох у Горація написані в формі звертання до осіб чи богів, названих по імені чи характеризованих загалом як хлопці і дівчата, друзі, Рим: Phoebus, Herculis, Bacchum, Dianam, Pindarum, Aeli, Albi, Icci, Lydia, Maecenas, Mercuri, Phoebe, Septimi, Faune, o Venus.

Інколи поет звертається до речі, наприклад: корабля (С.І.32), амфори (С.ІІІ.21), дерева (С.ІІ.13). Часом адресат не окреслений (С.ІІ.18; С.ІІІ.24). Вісім од починаються вигуком О; одна – eheu; одинадцять питаннями: quis, quae, auid, auem, quo, cur; вісім - запереченням: ne (двічі); non (чотири

рази); nullus, nullam. Решту од починають: delicta, Coelo, Musis, otium, uxor, aequam, integer, iustum, natis, miserarum, iam, nunc, nondum, sic.

Усе це наклало свій відбиток на характер лірики Горація, репрезентуючи один із естетично-стилістичних детермінантів його епохи – unitas in varietate (єдність в різноманітності).

Завданням звертання в одах Горація є не тільки надання адресатові певних відомостей про себе або інших, але й вплив на нього, що було маркером для тогочасних поетів. Це виражається у використанні на початку чи в кінці оди imperativus, coniunctivus, hortativus і futurum.

У звертальних ліричних поезіях спостерігаємо відтворення почуттів, розповідь про пережите.

Зразком звертання з характером інтимної розмови є ода I.11, 1-8: Tu ne quaesieris, scire nefas, quem mihi, quem tibi / Finem di dederit, Leuconoe, nec Babylonios / Temptaris numeros. Ut melius, quidquid erit, pati, / Seu plures hiemes seu tribuit Iuppiter ultimam, / Quae nunc oppositis debilitat pumicibus mare / Tyrrhenum. Sapias, vina liques, et spatio brevi / Spem longam reseces. Dum loquimur, fugerit invida / Aetas: carpe diem, quam minimum credula postero (Ти не дізнавайся про те, що не годиться знати, яку межу мені, тобі боги дадуть, Левконоє, ні не намагайся вирахувати вавилонських звіздарів, щоб легше те, яке буде, перенести. Чи багато зим наділив Юпітер, чи останню, яка вже б'є об пористі скелі Тіренського моря, будь розсудливою, проціджуй вина і приведи у відповідність довгу надію з короткістю життя. Поки ми говоримо, тікатиме заздрісний вік, лови мить, якнайменше довіряй майбутньому). Використання дієслівних форм (prohibitus, imperativus, iussivus) підтримують цю структуру. Безпосередність контакту з адресаткою і простота розповіді створюють особливий ліричний колорит в оді.

Як розгорнуте звертання побудована ода I.20,1-5. Структурної єдності надає текстові включення звертання до адресата в центральну частину оди, а також надання форми звертання розповіді про подію в театрі. Тут на першому плані особа адресата. Уже в першій строфі головний акцент поет робить на антитезі. Скромного господаря, який сам доглядає вина, Горацій порівнює з представником славного роду, якого вітає публіка вигуками "віват": Vile potabis modicis Sabinum / Cantharis, Graeca quod ego ipse testa / Conditum levi, datus in theatro / Cum tibi plausus, / Clare Maecenas eques (Будеш, Меценате, пити Сабін з простих кухлів, який я сам закоркував, наливши в грецьку амфору в день, коли тобі аплодували в театрі, вершнику славний). Те саме протиставлення щодо ґатунків вина подає Горацій в останній строфі 9-12: Caecubum et prelo domitam Caleno / Tu bibes uvam: mea nec Falernae / Temperant vites neque Formiani / Pocula colles (Ти питимеш Цекуб і вижате вино з каленської давильні: ні фалернське вино, ні формійське не іскряться в моїх кухлях).

Своєрідним видом звертання є гімн. Він зреалізований у довершеній формі в оді I.35, 33-40. Вона починається вступною апострофою „O diva

gratum quae regis Antium praesens...” (Могутня діво, владарко Антія) і продовжується низкою прийменників, які як словесні скріпи пов’язують частини розповіді, аж до прохання в кінці оди. Полісиндетон (que… que et … que et), алегоричний образ є засобами формування образності й особливої мелодики оди. Для напруженості розповіді поет нагромаджує запитання, що вносять особливий пафос у молитву. Завдяки контрастові синтаксичного походження, а саме протиставленню останніх строф, поет підкреслює важливу складову гімну – молитву: Eheu, cicatricum et sceleris pudet / Fratrumque. Quid nos dura refugimus / Aetas? quid intactum nefasti / Liquimus? unde manum iuventus / Metu deorum continuit? quibus / Pepercit aris? O utinam nova / Incude diffingas retusum in / Massagetas Arabasque ferrum! (Ах, соромно за шрами й нещастя, і братів. Чого ми уникаємо, жорстокий вік? Чому не йдемо ми, нечестиві? Хто вже стримав занесений меч від страху перед богами, які храми він пошкодував? Тож перекуй на кувальні притуплений меч проти арабів і масагетів).

В текстах, як окремий вид, Горацій використовує лірично-епічне звертання. Воно набуває своєї досконалості в оді III.21, 1-8, що теж має форму гімну. Головну сюжетну лінію гімну поет демонструє за допомогою анафоричних прийменників, а також за допомогою імперативу (descende), нарощення дієслівних форм (geris, servas, admoveas, curas). Тут адресат – головний слухач промови, яку готує поет, що начебто залишається із дзбаном. Для оди характерна двопланова побудова. Безсумнівна рівновага майстерно зберігається між виведенням на перший план структури гімну адресата уявного і своєрідного втаємничення адресата справжнього, прихованого за божественним дзбаном: O nata mecum consule Manlio, / Seu tu querellas sive geris iocos / Seu rixam et insanos amores / Seu facilem, pia testa, somnum, / Quocumque lectum nomine Massicum / Servas, moveri digna bono die, / Descende Corvino iubente / Promere languidiora vina (О народжена разом зі мною, коли Манлій був консулом, ти даруєш чи болі, чи жарти, чи боротьбу і шалене кохання, і легкий сон, люба амфоро. Ти достойна бути вшанованою в цей гарний день, скільки б не зберігала добірний Масик. Зійди з волі Корвіна слугувати хмільними винами).

Отже, звертання є важливим виражально- зображувальним засобом в поезії Горація. Воно надає одам образного, поетичного змісту. Виражаючи логіко-смислові відтінки, є засобом творення виразності. Вживання звертання засвідчує багатство, різноманітність, гнучкість, розвинутість синтаксичної системи од, що відповідало тодішнім естетико-стилістичним детермінантам епохи, а також правилам дотримання мистецької техніки. Поезія Горація динамічна, експресивно насичена. Він одночасно повчає, мобілізує, приносить читачеві художню насолоду. Оди поета є вершиною в аспекті інтеграції стилістичних засобів, сили й інтенсивності мови, довершеності художнього образу. Вони є прикладом мистецтва віршування.

Список використаних джерел

1.Гром'як Т.Р., КовалівЮ.І., ТеремкоВ.І. Літературознавчий словник-довідник К., Академія.1997. 750 с.

2.Дудик П.С.Стилістика української мови. К., Академія. 2005. 367 с.

3. Содомора А. Час у поезії Горація. *Іноземна філологія*: Респ. міжвід. наук зб. Львів, Вища шк.1977. Вип.45. С75-82.

4. Содомора А. Світлотіньові і кольорові контрасти в поезії Горація. *Іноземна філологія*: Респ. міжвід. наук зб. Львів, Вища шк. 1979. Вип.55. С118-127.

5.Содомора А. Поєднання слів як засіб творення образів в поезії Горація. *Іноземна філологія*: Респ. міжвід. наук зб. Львів, Вища шк. 1980. Вип.60. С.145-155.

6. Содомора А. Власні імена в поетичних образах Горацієвих од. *Іноземна філологія*: Респ. міжвід. наук зб. Львів, Вища шк.1983. Вип.19. С.93-101.

7.Horatii Flacci Q.[ed.L.Mueller].Wien, editio stereotypa minor.1930. 303 s.

УДК 821.111-31
https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-2338-0854

GENERATIONS' COMMUNICATION VIA ARCHETYPES IN THE TRILOGY "THE LORD OF THE RINGS" (J. R. R. TOLKIN)

Khalabuzar O.A., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technology and Design

Key words: the mythopoetic framework, the archetypal symbols, allegorical interpretations,

Communication in its various forms exists within the social ability to communicate timeless truths across generations, and J. R. R. Tolkien's trilogy *The Lord of the Rings* exemplifies this phenomenon via the use of archetypal symbols. The master of word proves that the interaction between characters, symbols, and narrative events creates a shared language of values, fears, and aspirations that resonates beyond the immediate story. This research explores how the archetypal symbols in Tolkien's trilogy function not only as literary devices but also as instruments of intergenerational communication, shaping readers' understanding of heroism, morality, and the human condition. The mythopoetic framework of J. R. R. Tolkien's trilogy "The Lord of the Rings" serves as a complex canvas upon which a multifaceted system of symbols is constructed and developed; within which the symbols don't exist as the merely

decorative elements but function as integral components of the narrative structure and semantic depth. Tolkien's sub-created world of Middle-earth operates as a symbolic space where myth, language, and culture are intricately interconnected due to the archetypal symbols which are the universal motifs and images recurring in myths, legends, and literature across cultures and epochs, carrying deep psychological and cultural meaning. They function as elements of the collective unconscious, in line with C. Jung's theory, and convey fundamental human ideas and values. The relevance of the study is reflected in the need to find effective approaches to the interpretation of a unique literary phenomenon - the myth-making of J. R. R. Tolkien whose creative heritage covers a significant volume of texts that are characterised by the depth of artistic design. Despite the wide popularity of the writer's works in Ukraine, most scientific research is concentrated mainly in the field of cognitive linguistics (in particular, the works of D. Pavkin and O. Kolesnyk). Literary studies are presented in a limited way, in particular, by the work of V. Bojnitsky, O.Khalabuzar devoted to certain aspects of symbolism in Tolkien's work [3,4].

The issues of archetypes, structural and symbolic aspects of myth were considered in the works of J. Campbell, N. Fry, J. Matthews and other researchers, who emphasized the author's ability to transform the genre possibilities of fantasy, giving mythology a dynamic character, which opens up new prospects for the interpretation of the text. At the same time, a significant layer of symbols and mythologemes in Tolkien's work remains insufficiently studied, which confirms the relevance of the chosen topic. We'd like to underline that on our point of view, archetypes such as the Ring, the Tree, and the Sword serve as universal markers, enabling readers of all ages and cultures to engage with the narrative on multiple levels because these symbols are not static; they evolve with the narrative and with the reader's interpretation, reflecting both character development and broader societal ideals. By examining the mechanisms through which these archetypes operate, we can trace the ways in which Tolkien communicates complex concepts such as power, temptation, courage, and sacrifice across temporal and cultural boundaries. In Tolkien's works, archetypal symbols are often polysemous, combining spiritual, moral, and aesthetic dimensions, they help construct moral and psychological landscapes while emphasizing the conflict between good and evil; the interaction between light and darkness functions as a central symbolic opposition, structuring the moral universe of the trilogy, where the struggle between good and evil acquires a timeless and universal significance. The author employs archetypal imagery, such as the Tree, the Ring and the Sword, to convey universal philosophical and ethical ideas due to the fact that these symbols evolve dynamically throughout the narrative, reflecting the moral

transformations of the characters, enabling both literal and allegorical interpretations.

One of the key characteristics of Tolkien's work is universalism, which is most clearly manifested in the creation of a system of universal symbols [3]. The interpretation of the symbol of the Tree allows us to establish its connections with mythological, folklore, biblical and literary traditions, which reveals the multifaceted nature of this image. As a result of the analysis, the following features are distinguished: firstly, the symbol of the Tree has a tendency to semantic stratification, embodying a complex of ideas - from the center of the world to the source of life and wisdom; secondly, individual elements of the image (structure, color, shape) create new interpretative possibilities; thirdly, the symbol combines various cultural layers, reflecting the dualistic nature of good and evil. In the folklore context, the Tree performs a number of functions: it can act as a boundary of the magical world, an obstacle or test, protection, a place of residence or even an active participant in events. In Tolkien's work, this image is also associated with mythological creatures - ents, forest spirits and elves. The White Tree of Gondor is described as ("The White Tree of Gondor stood tall and proud, though its branches were bare, a symbol of the fading line of kings and the hope of renewal") [1]. Ent of Fangorn Forest tells about himself: "I am an Ent. Fangorn is my name, for that is the name of the forest where I have lived. A tree-like creature, yet not a tree" [1] Tree is represented as Memory and Time ("The trees and the grasses and all things growing or living in the land belong each to themselves. Yet they are all part of the greater whole") [1]

A special role in Tolkien's mythopoetics is played by the symbol of the Ring/Circle, which personifies the ideas of infinity, unity and cyclicality of being. This symbol being “the Ring” is the core element of the plot of "The Lord of the Rings", proving the magical power of the ring which has deep historical roots and is associated with archaic ideas about cyclical time within various nations of our planet. According to the research works, the Ring performs various functions in the folklore tradition: it grants invisibility, acts as a mediator between the worlds, preserves youth, realises wishes. In Tolkien's work, these properties are transformed: the Ring not only gives power, but also gradually destroys the personality of its owner, emphasizing the ambivalence of the symbol, characterising it as spectral, confusing, manifesting the multiplicity of its variations (three elven, seven dwarven, nine human and one One Ring), expanding the interpretative potential of the image. Thus, the Ring acts not only as an object, but also as a symbolic force, personifying temptation ("The Ring tempted Boromir, whispering promises of strength and victory, yet its gift was only corruption and despair") [1] and moral choice ("The One Ring appeared plain and featureless, but when heated, the inscription appeared in fiery letters, a mark of its dark power" [1].

Beyond the Tree and the Circle, another essential archetypal symbol is the Sword, whci reflect the courage, protection, and spiritual power, magical properties and personal features attached to the characters, being the markers of

responsibility, heritage, choice and justice. The Sword symbolizes and accountability in the fight against dark forces, reinforcing the ethical and moral dimensions of the plot. Thus, archetypal symbols of the swsords in Tolkien's fiction enrich the literary world and create universal semantic structures capable of conveying complex ideas through imagery stylistic devices. For example the sword "Andúril" is described as a symbol of the rebirth of power and succession ("Flame of the West, reforged from the shards of Narsil, it shines anew, a beacon of hope and kingship") [1]. The Bilbo and Frodo's sword "Sting" is a symbol of vigilance and courage ("Sting glowed with a pale blue light whenever orcs were near, warning its bearer of unseen danger") [1] Glamdring (Gandalf's sword) is represented as a sword as a bearer of history and knowledge ("Glamdring, once the Foe-hammer of Gondolin, whispered of ancient battles and wisdom") [1] Isildur's sword, "Narsil" (being split) is a sword which is described as the symbol of loss and hope for rebirth ("Narsil broke beneath the foe's onslaught, yet its shards held the promise of renewal and the return of kingship") [1]. King Théoden's has the sword "Herugrim" as a symbol of leadership and courage ("The King raised Herugrim high, its blade gleaming in the sun, a rallying sign for the Riders of Rohan") [1].

Thus the represented symbols (The Tree, Ring, and Sword) operate on multiple communicative levels: archetypal, structural, cultural, and ethical, mediating between human experience and the fantastical, guiding readers' moral and emotional engagement, shaping plot, developing the characters

As the conclusion we'd like to mention that Tolkien's mythopoetic system establishes an interwoven network of archetypal symbols that communicates directly with the reader, constructing a layered moral universe, which is characterized by multidimensionality and depth of content. Our further research works will be devoted to the analysis of the Mid-Earth geopoetics.

Literature

1. Tolkien J.R.R. The Lord of the Rings. – London: HarperCollins, 2003.

2. Duriez C. The Tolkien and Middle-Earth Handbook. – Tunbridge Wells, 1992. – P. 213–215.

3. O. Khalabuzar. Features of functioning of symbols in Tolkien's creativity and in the literature of the modernism // Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство: Міжвуз. зб. наук. ст. — 2011. — Вип. XXIV, ч. 1. — С. 281-288. https://nasplib.isofts.kiev.ua/items/4df59042-1e29-4d8d-bbd5-f2682cffc3df

4. Khalabuzar O. Dubrova O., Shkola I. Phonetic Features of Speech as a Character-Creative Device (based on the material of the speech analysis of the characters of the "Lord of the Rings" trilogy)// Вісник науки та освіти. Серія «Філологія», 2025. Випуск 12(42). С. 36–52. https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-12(42)-36-52

УДК 81’42:008:76:82-028.5
https://orcid.org/0009-0000-3719-6893

BOOK ILLUSTRATION AS A LINGUOCULTURAL CODE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION: HISTORIOGRAPHY, EVOLUTION, AND MODERN PRACTICES

Liubimova N. V., senior lecturer
Bazas A. V., bachelor’s student
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: book illustration, linguocultural communication, intercultural communication, visual language, graphic techniques, cultural codes, visual semiotics, book design.

Abstract. The article explores the historiography and evolution of book illustration as a linguocultural phenomenon within the framework of intercultural communication. The study interprets illustration not only as an artistic or technical element of book design but as a universal semiotic system that encodes and transmits cultural meanings. The research traces the development of visual narratives from prehistoric imagery and manuscript miniatures to the transformative impact of the printing press in the 15th century, which enabled the large-scale dissemination of culturally marked visual content [1]. Particular attention is paid to the evolution of graphic techniques—from woodcut and intaglio to lithography and modern digital tools—as stages in the expansion of visual communication across linguistic and cultural boundaries [2]. The article analyzes key elements of graphic expression—line, stroke, and spot—as components of a visual language that allows illustrators to interpret and culturally adapt literary texts [3]. It is argued that contemporary illustration represents a synthesis of traditional and innovative approaches, where the illustrator acts as a mediator who translates verbal content into culturally relevant visual codes [4]. The findings emphasize that book illustration functions as an integral part of intercultural dialogue, facilitating the perception, interpretation, and adaptation of meanings in a globalized communicative space.

1. Introduction. The history of book illustration constitutes an essential dimension of human communication, particularly within the context of intercultural interaction. In contemporary humanities, illustration is increasingly viewed as a form of visual language capable of functioning alongside verbal systems [3]. From a linguocultural perspective, illustrations are not merely decorative elements but carriers of culturally embedded meanings that shape the reader’s interpretation of the text. In early stages of human development, long before the emergence of complex writing systems, visual images served as a universal communicative code, enabling the transmission of information across communities and cultures [1]. With the appearance of handwritten books,

illustration acquired additional symbolic and cultural functions, particularly in religious and philosophical texts, where images reinforced culturally specific interpretations of meaning.

2. Theoretical and Conceptual Framework. Within the framework of linguocultural studies, book illustration can be understood as a semiotic system that interacts with verbal language and reflects culturally determined patterns of perception [3]. Visual images function as signs that encode values, beliefs, and collective experiences, thus forming a bridge between different cultural contexts. From this perspective, illustration performs a role analogous to translation, as it interprets verbal content and adapts it for audiences with diverse cultural backgrounds [4]. The interaction between text and image creates a multimodal communicative space in which meaning is constructed through the integration of linguistic and visual elements. Therefore, the study of illustration requires an interdisciplinary approach that combines insights from visual studies, semiotics, and intercultural communication.

3. Evolution of Illustration as a Means of Intercultural Communication. A significant transformation in the development of book illustration occurred in the 15th century with the invention of the printing press, which marked the transition from individual handcrafted images to mass-produced visual content [1]. Techniques such as woodcut enabled the simultaneous reproduction of text and image, facilitating the dissemination of cultural narratives across linguistic boundaries. This period can be regarded as the beginning of large-scale intercultural communication through visual media. Subsequent advancements, including intaglio and etching, expanded the expressive possibilities of illustration, allowing for greater detail, emotional depth, and symbolic complexity [2]. These techniques contributed to the formation of a refined visual language capable of conveying nuanced cultural meanings. The invention of wood engraving further increased the accessibility and speed of visual communication, particularly in printed media such as newspapers, thus strengthening the role of illustration in shaping public perception across cultures. Lithography represented another crucial stage in this evolution, providing illustrators with unprecedented freedom to reproduce artistic styles and techniques [2]. As a result, visual representation became more flexible and adaptable to different cultural contexts. In the modern era, digital technologies have further transformed illustration into a dynamic and globally accessible medium, enabling rapid exchange and reinterpretation of cultural symbols [4].

4. Visual Strategies of Contemporary Illustrators. In contemporary book design, illustration functions as a complex system of visual communication that integrates artistic creativity with linguocultural awareness [3]. The primary task of the illustrator is to interpret the literary text through graphic means—such as line, stroke, and spot—while simultaneously considering the cultural background of the target audience. These elements form a structured visual language through which meaning is conveyed, emphasized, or transformed.

Modern illustrators increasingly engage in processes of cultural adaptation and visual localization, ensuring that images resonate with diverse audiences [4]. In this sense, the illustrator acts as a mediator in intercultural communication, translating verbal narratives into visual forms that are accessible and meaningful across different cultural frameworks. The synthesis of classical artistic traditions and innovative digital techniques further enhances the capacity of illustration to function as a tool of global communication.

5. Conclusions. The conducted analysis demonstrates that the evolution of book illustration reflects not only technological progress but also profound changes in the ways cultures communicate and interpret meaning. From a linguocultural perspective, illustration should be regarded as an integral component of the communicative space of the book, where visual and verbal elements interact to produce culturally significant interpretations.

In the context of intercultural communication, book illustration functions as a universal code that facilitates the transmission, adaptation, and reinterpretation of cultural meanings [3; 4]. By translating textual content into visual language, illustrations enable dialogue between cultures and contribute to the formation of a shared communicative environment in the globalized world. Thus, the role of the illustrator extends beyond artistic creation to include mediation between languages, cultures, and systems of meaning.

References

1. Drucker, J., & McVarish, E. (2013). *Graphic design history: A critical guide* (2nd ed.). Pearson.
2. Ivins, W. M. (1953). *Prints and visual communication*. MIT Press.
3. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
4. Nikolajeva, M., & Scott, C. (2006). *How picturebooks work*. Routledge.

IDIOMATICITY OF LANGUAGE AS A SIGNATURE OF CULTURE

Roienko L. V., Senior Lecturer, the Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Key words: idiomaticity, cultural signature, idioms, idiomatic shift.

Idioms are widely used in fiction texts. If language is the skeleton of a culture, idiomaticity is its nervous system. It represents the collective memory, history, and environment of a people, encoded into phrases that seem like nonsense to an outsider but feel like "home" to a native speaker.

Idiomaticity acts as a cultural signature because it archives how a specific group of people has historically interacted with the world. Idioms are rarely

abstract; they are usually rooted in the physical reality of the people who created them. English is saturated with nautical idioms because of Britain's history as a naval power (e.g., "steady as she goes," "three sheets to the wind," "hand over fist"). Cultures rooted in farming often use livestock or weather metaphors. In Chinese, the idiom "riding a tiger is hard to get off" reflects a relationship with local wildlife and the concept of inescapable danger.

Idioms often "freeze" a moment in history that has otherwise vanished from daily life. We still say we are ″dialing" a phone or that someone is a "broken record," even though rotary phones and vinyl are no longer the primary tech. The English phrase "to save face" is a direct translation of the Chinese concept of miànzi. It encodes an entire social philosophy regarding honor and public perception that is foundational to East Asian social structures.

Idiomaticity serves as a powerful social gatekeeper. To understand a culture's idioms is to prove you have "lived" the culture, not just studied its grammar. You can translate the words of an idiom, but you cannot translate the resonance. For example, the German word Feierabend (literally "celebration evening") refers to the specific, culturally sanctioned moment when work ends and rest begins. It isn't just a time; it's a social right. Idioms often reveal what a culture prizes. American idioms frequently lean toward sports and competition *("*ballpark figure," "touch base"), reflecting a cultural emphasis on teamwork and winning.

Every culture has "untranslatable" idioms that act as their unique thumbprint. Idiomaticity is the "living archaeology" of a people. When you use a culture's idioms, you aren't just speaking their language; you are inhabiting their history. When a culture undergoes a massive shift—like the Industrial Revolution or the Digital Age—its "idiomatic signature" doesn't just change; it undergoes a process of linguistic natural selection [2].

As our daily tools and social structures evolve, some idioms become "ghosts" (fossilized phrases), while new ones are born to describe our new realities. Before the 1800s, idioms were dominated by the seasons, livestock, and manual labour. The shift to factories introduced the concept of mechanization into the human psyche. We stopped thinking of ourselves as "branches of a tree" and started thinking of ourselves as "parts of a machine." Here are some examples: "blowing off steam": derived from the literal necessity of releasing pressure from steam engines to prevent explosions; "on the right track": a direct reference to the burgeoning railway systems; "well-oiled machine": describing a person or group through the lens of mechanical efficiency. Language became more concerned with standardization, speed, and output.

The move from the physical factory to the digital screen has triggered the most rapid idiomatic shift in history. We now use "hardware" metaphors to

describe "software" (the human brain). We have moved from mechanical metaphors to processing metaphors. Here are some examples: "bandwidth": we no longer say "I'm too busy"; we say "I don't have the bandwidth," treating our mental energy like a data pipe; "unplugging": taking a vacation is now framed as disconnecting from a power source; "glitchy" or "hard-wired": we describe human personality traits as if they were lines of code or physical circuitry. This shift reflects a culture that values connectivity, data, and instantaneity [1, 35].

Idioms are the "secret handshake" of a language. In literary texts, they do far more than just add flavour; they act as a bridge between the literal world and the emotional or cultural subtext of a story. Because an idiom's meaning cannot be always deduced from its individual words—like knowing that "kicking the bucket" has nothing to do with footwear or pails—authors use them as precision tools for characterization and atmosphere. Idioms are a shorthand for a character's background. How a character speaks tells the reader where they've been and what they value [3].

A character who says a task is a "cake walk" feels different from one who says it's "shooting fish in a barrel." Idioms often reflect a specific heritage or geography, grounded in the "flavour" of a character's home. Using "the bee's knees" immediately clocks a character in the 1920s, whereas "no cap" anchors them in the early 2020s.

Idioms carry emotional weight. They can lighten a heavy scene with humour or add a layer of irony. They break the "fourth wall" of formal prose, making the narrator feel like a confidant rather than a lecturer. Authors use idioms to discuss uncomfortable topics (death, failure) indirectly, which can heighten the tension or provide comic relief.

Ultimately, idioms are far more than colourful linguistic quirks; they are the living pulse of human history and social identity. By bridging the gap between literal words and cultural subtext, they transform language from a static set of rules into a dynamic, "living archaeology."

Whether they appear in a novel to breathe life into a character or emerge in daily conversation to describe our digital burnout, idioms serve three fundamental purposes: 1) they act as a repository for historical realities ensuring that the past remains embedded in our present speech; 2) they function as a "social gatekeeper," creating an immediate sense of belonging for those who understand the "secret handshake" and the emotional resonance behind the words; 3) for writers, they are essential tools for crafting authenticity, allowing for nuanced characterization and the delicate handling of complex human emotions without the need for heavy-handed exposition.

As we continue to evolve from a mechanical society to a digital one, our "idiomatic signature" will inevitably shift, shedding old "ghost" phrases and adopting new ones. Yet, the core function of the idiom remains unchanged: it

remains the most efficient way to communicate not just what we are doing, but who we are and where we come from.

References

1. Mardar I. Idioms through Time and Technology: The Signature of a Culture. Cambridge Scholar Publishing. 2022. 210 p.
2. Reed S. M. Idioms for Culture: Understanding Cultural Expressions. [Electronic resource] Access mode: Idioms for Culture: Understanding Cultural Expressions - FluencyNest Date of access 18. 03.2026.
3. Terban Mr. Idioms for Culture: Understanding Cultural Expressions in English. [Electronic resource] Access mode: Idioms for Culture: Understanding Cultural Expressions in English Date of access 16. 03.2026.

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CREATION OF CONTEMPORARY VISUAL ART

Demchuk D., student,
Masiuk A., student
Roienko L., Senior Lecturer, the Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Key words: artificial intelligence, digital technologies, contemporary visual art, generative art, digitalization, artistic practice, neural networks, human-machine interaction, digital image processing, virtual environments.

The rapid development of digital technologies in the 21st century has led to profound transformational processes in the field of culture and art. Visual culture, as one of the most dynamic components of the contemporary cultural space, is undergoing significant changes under the influence of digitalization. A special role in this process is played by artificial intelligence, which is gradually being integrated into various stages of creating an artistic product — from the initial idea to its visual realization. In this regard, the issue of understanding the role of artificial intelligence in shaping new artistic practices and its impact on the transformation of contemporary visual art becomes particularly relevant.

Modern artificial intelligence technologies, in particular neural networks and machine learning algorithms, open fundamentally new opportunities for artistic creativity. They are capable of analyzing large volumes of visual information, identifying patterns, and reproducing complex stylistic features of various artistic movements. As a result, a new type of artistic activity is being formed, in which human creativity is combined with the computational capabilities of machines.

One of the most vivid manifestations of the integration of artificial intelligence into art is generative art. In this case, the artist acts not only as the creator of a visual image but also as the author of the concept and the algorithm

that determines the logic of image construction. This approach changes the traditional understanding of the creative process, trфnsforming it into an interaction between a human and a technological system. At the same time, the result of such collaboration often has an unpredictable character, which opens new horizons for artistic experimentation.

In addition to generative art, artificial intelligence is actively used in the field of digital image processing, the creation of virtual environments, and the development of interactive artistic projects. This contributes to expanding the boundaries of visual art, which goes beyond traditional forms and acquires a multimedia and interactive character.

On the one hand, the implementation of artificial intelligence in the field of art has a number of positive aspects. Firstly, it significantly expands the artist's toolkit, providing opportunities to work with new forms, structures, and visual effects. Secondly, the use of AI makes it possible to optimize the process of image creation, reducing the time required to implement creative ideas. Thirdly, digital tools contribute to the democratization of art, making it more accessible to a wider audience, including those without professional artistic education.

Moreover, artificial intelligence stimulates the development of new artistic directions, such as algorithmic, interactive, and media art. The interaction between art and technology promotes the formation of interdisciplinary approaches that combine elements of programming, design, philosophy, and cultural studies. This opens up new prospects for the development of contemporary visual culture and the creation of innovative artistic practices [1, p. 23].

At the same time, the active use of artificial intelligence generates a number of contradictions and challenges. One of the key issues is the devaluation of art as a result of individual creative activity. The ease and speed of image generation using AI may lead to the loss of uniqueness of artistic products. The mass production of visual content contributes to its standardization and repetition, which in turn reduces the aesthetic value of individual works.

In addition, there is a noticeable tendency toward the simplification of art. Instead of deep conceptual thinking and complex artistic language, superficial visual effects created by algorithms are increasingly dominating. This may lead to a shift in focus from conceptual content to external attractiveness, thereby transforming the very essence of artistic activity.

No less important is the issue of authorship and authenticity. In situations where a significant part of the creative process is performed by artificial intelligence, it becomes difficult to determine who the true author of the artwork is — the human who sets the parameters or the algorithm that generates the image. This challenges traditional notions of artistic creativity and requires a reconsideration of the criteria for evaluating works of art [2, p.3].

Furthermore, the use of artificial intelligence changes the very concept of creativity. While creativity was previously associated with the unique individual vision of the artist, today it increasingly takes on the character of a collaborative process in which both human and machine resources are involved. This forms a new paradigm of artistic thinking based on interaction, experimentation, and openness to technological innovation.

Thus, the role of artificial intelligence in contemporary visual art is complex and multidimensional. On the one hand, it acts as a powerful tool for development, fostering the emergence of new forms of artistic expression, expanding the boundaries of creativity, and opening new opportunities for self-realization. On the other hand, its use is associated with risks of simplification, standardization, and the devaluation of art, which requires critical reflection.

The further development of digital art in the context of the active implementation of artificial intelligence should be based on finding a balance between technological capabilities and the preservation of artistic value. An important task is to develop a responsible approach to the use of AI in creative practices, which involves awareness of both its potential and its possible negative consequences.

References

1. McCormack J., d'Inverno M. Computers and Creativity. Berlin: Springer, 2012. 250 p.

2. Elgammal A. AI Art and its Implications for Human Creativity. *Journal of Arts*. 2019. Vol. 8(2). P. 1–15.

УДК 81'246.2:316.7

LANGUAGE AS A REPRESENTATION OF CULTURAL IDENTITY IN MULTILINGUAL CONTEXTS

Zhuravlova D., Bachelor Student of Culture and Creative Industries Faculty
Kugai K., associate professor of the Department of Philology and Translation
Kyiv National University of Technologies and Design

Key words: cultural identity, multilingualism, intercultural communication, linguistic diversity, globalization.

In the context of multilingual communication and the rapid globalization of the modern world, the role of language as a representation of its speakers' cultural identity has become particularly relevant. Language reflects historical experience, social values, traditions, and worldview, thus acting as a form of expression through which culture is preserved and transmitted across generations.

This work aims to examine how language functions as a representation of cultural identity in multilingual contexts, analyzing how individuals and communities use multiple languages to construct, express, and negotiate their cultural belonging and values. It also focuses on how multilingual environments influence the preservation and transformation of cultural identity on the international level.

Nowadays, language is increasingly becoming a subject of attention for modern philosophers, linguists, and cultural scientists, since many social and cultural processes are closely connected to it. Language enables people to connect with the outside world and to make information more accessible to a larger audience. It is necessary to understand and explain this connection.

It is widely recognized that this connection is realized through language, which functions as a bridge between the world and culture. The interpretation of language as a cultural phenomenon is grounded in fundamental linguistic research that highlights its essential properties and its capacity to shape national identity and creative expression. In the work of O. Bondarenko [1], it is argued that each language has its own internal structure, which reflects the national portrait and contributes to understanding the uniqueness of its people.

Intercultural communication is a process of communication between representatives of different cultures. This is an interaction in which the speakers with different cultural backgrounds exchange information, experiences, skills, and abilities. A key feature of intercultural communication is the need to apply to many related fields, the primary one being linguistics [3, p. 7]. As a field of study, it covers ways of organizing the world through linguistics and the comparison of communicative behavior across cultures. It focuses on language not only as a form of communication but also as a means of expressing an individual's aspiration to preserve and develop their nation's heritage. The growth of international contacts and the study of foreign languages have increased interest in intercultural communication.

The linguistic situation in Ukraine is largely shaped by the country's cultural and social life. Throughout its history, Ukrainian culture has been diverse, with different traditions and values coexisting within the country. It has influenced the state of the Ukrainian language. In recent years, the use of the Ukrainian language, not only domestically but also at the international level, has become especially important as a symbol of national unity and cultural independence. At the same time, multilingualism remains a part of Ukrainian reality, demonstrating the coexistence of different cultural influences.

Language directly influences a person's character and their belonging to a particular social group or nation. Within this group, language helps people adapt to society's rules and influences their behavior in line with social norms. Due to the vast globalization processes in the modern world, there is also a need to establish international contacts, which involves not only overcoming language barriers but also understanding cultural differences and accepting alternative perspectives, thereby enabling successful communication [2, p. 11].

In the modern world, there is a growing threat of language loss, especially among minority languages. Globalization, migration, and the dominance of widely spoken languages, such as English, contribute to their disappearance. This process can weaken cultural diversity and lead to the loss of unique cultural contributions to international discourse. Therefore, it is important to support and preserve linguistic diversity within multilingual contexts.

Language plays a direct role in reflecting cultural values, social experience, and worldview. At its core, language is a tool for mutual understanding between individuals and for expressing society's social and cultural conditions. In intercultural communication, it is very important to preserve the characteristics of one's culture as reflected in one's nation's language. The native language is essential for preserving cultural heritage. It carries historical memory, folklore, and traditions. Losing a language often leads to the loss of cultural identity, as important elements of culture become forgotten.

In conclusion, language is a powerful representation of cultural identity, particularly in multilingual contexts. It reflects traditions, values, and worldview, shapes individual and collective identity, and plays a vital role in intercultural communication. Preserving native languages is essential for maintaining cultural heritage and ensuring the diversity of human cultures in an increasingly globalized world.

References

1. Бондаренко О.В. Українська ментальність в розмаїтті національних ментальних формоутворень й архетипів: історико-культурний аспект. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* : збірник наукових праць. Вип. 32. Запоріжжя, 2008. С. 66–78. URL: https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/739cdfda-e733-4f27-b1fb-80cc12a0aa44/content

2. Коваленко Т.В. Роль української мови у сучасних міжкультурних комунікаційних процесах *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. *Серія Філологічні науки*. Вип. 14, 2017. С. 9–14. URL: https://philology.bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2018/05/3-1.pdf

3. Манакін В.М. *Мова і міжкультурна комунікація* : навчальний посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 288 с. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/0039633.pdf

TRANSLATING NICHE NARRATIVES THROUGH THE VISUAL LANGUAGE OF ART-ZINES: A LINGUOCULTURAL APPROACH TO INTERCULTURAL COMMUNICATION

Kalyta L. R., Bachelor's Student,
Liubimova N. V., Senior Lecturer,
Kyiv National University of Technologies and Design

Abstract. The paper explores graphic design as a form of linguocultural mediation in intercultural communication, focusing on how niche narratives are translated for broader audiences through visual means. Using contemporary independent art-zines as a case study, the research demonstrates how typography, layout, and illustration function as tools of visual translation, conveying emotional nuance and cultural context beyond verbal language. Particular attention is paid to the structural organization of zines into factual and personal sections, which creates a gradual and accessible learning curve for the reader. The study argues that such visual-linguistic strategies enable more effective transmission of cultural meanings and contribute to the development of social empathy and inclusion.

Keywords: graphic design, linguocultural mediation, visual linguistics, intercultural communication, social inclusion, art-zine, cultural codes.

Graphic design in the modern world extends far beyond aesthetics; it operates as a complex visual language within the broader framework of intercultural communication. From a linguocultural perspective, different social groups develop distinct systems of meaning, including specific vocabularies, idioms, and symbolic codes shaped by shared historical and cultural experience. When these systems encounter a wider audience, a communicative gap often emerges. In this context, graphic design functions as a tool of linguocultural translation, mediating between insider and outsider perspectives and facilitating mutual understanding [1].

The independent art-zine represents a particularly effective medium for such linguocultural mediation. Unlike traditional publishing formats, zines are characterized by creative autonomy and a strong authorial voice [2]. This allows niche or marginalized communities to articulate their experiences using their own linguistic and visual codes. However, making these narratives accessible within intercultural communication requires deliberate design strategies. Verbal content alone is often insufficient; its visual representation becomes equally significant in conveying meaning. In printed communication, typography and layout perform a function analogous to intonation in spoken language. Through the selection of typefaces, spatial organization, and compositional rhythm, designers convey emotional states and cultural attitudes that might otherwise remain implicit [3]. From a linguocultural standpoint, these visual elements act as carriers of cultural memory and social positioning. For example, serif typefaces may evoke institutional authority and tradition, while hand-drawn

lettering can signal intimacy and personal testimony. Such choices influence how the reader interprets the communicative intent and cultural context of the message. A notable example of linguocultural translation can be observed in contemporary Ukrainian social art-zines, which often structure content into factual and personal sections. The initial section typically provides historical or contextual information, establishing a cognitive framework for understanding. The subsequent section presents personal narratives or "voices" that reflect the lived experiences of community members. This structural progression creates a form of guided intercultural communication, gradually introducing the reader to unfamiliar linguistic and cultural realities. A key challenge in this process is the preservation of authentic sociolinguistic features, such as slang, idiomatic expressions, and non-standard phrasing. These elements carry significant cultural meaning but may not be directly translatable into a broader communicative context. Here, visual design assumes a compensatory function. Illustrations, color schemes, and compositional strategies operate as a form of non-verbal explanation, effectively creating a "visual dictionary" that supports comprehension without altering the original linguistic material. This interaction between verbal authenticity and visual mediation enhances the reader's engagement and fosters a deeper level of intercultural understanding. Rather than simplifying or standardizing the community's voice, the designer constructs a visual environment that enables the audience to interpret it more accurately. In this sense, graphic design becomes a form of cultural facilitation, balancing the integrity of the source culture with the interpretative needs of the target audience [4].

In the personal sections of art-zines, design strategies often shift toward greater expressiveness. Layouts become less rigid, typographic conventions more experimental, and the visual language more closely aligned with the internal codes of the community. This deliberate contrast supports a gradual immersion into the linguocultural space of the text, reducing potential resistance and encouraging openness. The reader, having been prepared by the initial contextual framework, is more likely to engage empathetically with unfamiliar perspectives.

Ultimately, the process of visual translation in art-zines demonstrates that graphic design can function as a powerful instrument of linguocultural mediation in intercultural communication. By integrating textual, visual, and structural elements, designers create inclusive communicative environments that bridge cultural differences. This approach does not diminish the specificity of niche narratives; rather, it enables their meaningful integration into broader social discourse, contributing to mutual understanding and social cohesion.

References

1. Jandt F. E. *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community.* Thousand Oaks : SAGE Publications, 2017. 480 p.

2. Triggs T. *Fanzines: The DIY Revolution.* San Francisco : Chronicle Books, 2010. 192 p.

3. Lupton E. *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students.* New York : Princeton Architectural Press, 2010. 224 p.

4. Ontario Creates. Gen Z: The Culture of Content Consumption. 2019. URL: https://www.ontariocreates.ca/uploads/Business_Intelligence/en/GENZ_The_Culture_of_Content_Consumption.pdf (accessed: 15.03.2026).

СЕКЦІЯ
ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: СИНЕРГІЯ СЕРВІСУ, МАРКЕТИНГУ ТА УПРАВЛІННЯ

УДК 338.48-056.24:159.944.4:355.293
ORCID 0000-0003-0066-9284

«МАНДРОТЕРАПІЯ» ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ АДАПТИВНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ ВЕТЕРАНІВ ЗСУ

Бучко Ж. І., доктор географічних наук, доцент;
доцент кафедри географії та менеджменту туризму
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Ключові слова: адаптивний туризм; психофізична реабілітація; ландшафтотерапія; соціокультурна інтеграція; арт-терапія; професійна реінтеграція.

Повномасштабна збройна агресія російської федерації проти України зумовила безпрецедентні виклики для системи охорони здоров’я та соціальної політики. Стрімке зростання кількості ветеранів та ветеранок, які отримали фізичні поранення та психологічні травми (зокрема ПТСР), вимагає розробки та впровадження інноваційних підходів до реабілітації. Традиційна вузькомедична модель відновлення на сучасному етапі доводить свою обмеженість, що актуалізує перехід до цілісної біопсихосоціальної системи. У цьому контексті адаптивний туризм постає як комплексний інструмент, що поєднує рекреацію, психологічну підтримку та соціальну реінтеграцію.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз структури проєкту «Мандротерапія» як інноваційної моделі адаптивного туризму, спрямованої на комплексну реабілітацію ветеранів ЗСУ та членів їхніх родин.

Об’єктом дослідження є регіональний проєкт «Мандротерапія», ініційований Чернівецькою обласною військовою адміністрацією та реалізований з липня 2024 року [3]. Дослідження базується на аналізі кейсу Чернівецької області, що використовує свій природно-рекреаційний та культурний потенціал для створення багатовекторної програми відновлення.

Проєкт «Мандротерапія» базується на синергії трьох ключових напрямків, що охоплюють основні сфери життєдіяльності ветерана після повернення з зони бойових дій: психофізична реабілітація та ландшафтотерапія; соціокультурна інтеграція та арт-терапія; професійна реінтеграція.

Психофізична реабілітація та ландшафтотерапія як сегмент проєкту використовує терапевтичний вплив природного середовища Буковинських Карпат. Локації для адаптивних походів у межах проєкту «Мандротерапія» обрані з урахуванням унікального природно-рекреаційного потенціалу Чернівецької області та специфічних потреб ветеранів у фізичному й психологічному відновленні. Ландшафтотерапія в межах проєкту не обмежується лише пасивним перебуванням на природі, а включає активні форми адаптивного туризму:

- адаптивні походи: організація маршрутів (зокрема у Вижницькому районі, урочище «Лужки» [2]), що адаптовані до фізичних можливостей учасників, включаючи осіб з протезами;
- «тихе полювання»: медитативна практика збирання грибів та ягід, що забезпечує дозоване фізичне навантаження та когнітивне розвантаження;
- психосоціальний компонент: використання неформального спілкування біля «ватри» за принципом «рівний – рівному», що сприяє подоланню соціальної ізоляції та зниженню рівня тривожності.

Соціокультурна інтеграція та арт-терапія як напрямок «Мандротерапія: Культура» спрямований на відновлення емоційного інтелекту та соціальних зв’язків ветерана. Важливою складовою є залучення до заходів членів родин, що дозволяє нівелювати деформації внутрішньосімейних стосунків, спричинених війною. Ключовими формами реалізації є:

- арт-терапевтичні практики: майстер-класи з традиційних ремесел (гончарство, різьбярство), що сприяють концентрації уваги та дрібній моториці;
- подієвий туризм: інтеграція ветеранів у культурний простір через участь у фестивалях («Буковинські зустрічі», «Маланка») та спеціалізованому фестивалі «Мандротерапія фест: Мандруй. Відчувай. Живи» [4].

Загалом, соціокультурна арт-терапія є одним із трьох базових компонентів успішності моделі «Мандротерапія», оскільки вона дозволяє

працювати з психоемоційним напруженням через занурення у культурний простір та творчу діяльність.

Професійна реінтеграція («Мандротерапія: Ветеран – Майбутнє») - це найбільш інноваційний компонент моделі, який перетворює рекреаційний захід на майданчик для економічного відновлення. У тісній співпраці з Чернівецьким обласним центром зайнятості проєкт пропонує:

- інформаційні хаби: консультування щодо урядових програм та отримання ваучерів на навчання за 155 професіями;
- грантову підтримку: роз'яснення механізмів отримання грантів (до 1 мільйона гривень) на започаткування або розвиток власного бізнесу, що дозволяє ветерану сформувати чітку «дорожню карту» професійного майбутнього безпосередньо в процесі реабілітації.

Станом на сьогодні проєкт «Мандротерапія» охопив понад 1000 учасників, демонструючи високу ефективність у подоланні соціальної дезадаптації. Модель є унікальною через свій «безшовний» формат, де медико-психологічна допомога органічно поєднується з інструментами ринку праці.

Комплексний підхід проєкту забезпечує потрійний ефект: психологічний (подолання ПТСР та ізоляції); фізичний (відновлення рухової активності); соціально-економічний (повернення до активного економічного життя) [1].

Майбутнє проєкту «Мандротерапія» вбачається у його трансформації з регіональної ініціативи на стратегічний інструмент державної ветеранської політики. Основні вектори розвитку проєкту включають: масштабування та імплементацію в інших регіонах (проєкт продемонстрував високий потенціал для впровадження по всій Україні); створення «безшовного» формату реабілітації (у майбутньому проєкт прагне ще тісніше інтегрувати медико-психологічні послуги з інструментами ринку праці та соціальної політики); акцент на економічній самостійності (важливим напрямком залишається надання ветеранам конкретної «дорожньої карти» для повернення до активного економічного життя); розвиток адаптивного туризму як галузі (проєкт сприяє популяризації «туристичних магнітів» України, водночас розвиваючи інфраструктуру адаптивного туризму, що робить подорожі доступними для людей з інвалідністю внаслідок війни); зміцнення соціальної стійкості («Мандротерапія» й надалі працюватиме на формування стійкої спільноти підтримки, де реабілітація відбувається не лише через фахову допомогу, а й через взаємодію з побратимами та родиною). Отже, проєкт має стати фундаментом для успішної реінтеграції захисників у цивільне життя на загальнодержавному рівні.

Список використаних джерел

1. Бучко Ж., Хмелевський М. «Мандротерапія» як комплексна модель адаптивного туризму в системі реабілітації ветеранів (на прикладі

проєкту в Чернівецькій області) // Культурна спадщина та природно-ресурсний потенціал у розвитку туризму та громад: наукові засади, практики, колаборація: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 21 листопада 2025 р.) – К., ТОВ «Геопринт», 2025. – С. 62-64.

2. Захисники відновлюють сили у горах. – URL: https://bukoda.gov.ua/news/zakhysnyky-vidnovliuiut-syly-u-horakh

3. «Мандротерапія» для захисників, які проходять реабілітацію на Буковині. – URL: https://bukoda.gov.ua/news/mandroterapiia-dlia-zakhysnykiv-iaki-prokhodiat-reabilitatsiiu-na-bukovyni

4. Чернівецька ОВА запрошує на фестиваль мандротерапії. – URL: https://bukoda.gov.ua/news/chernivetska-ova-zaproshuie-na-festyval-mandroterapii

УДК 338.48:502.131.1
https://orcid.org/0009-0009-7082-8747
https://orcid.org/0000-0003-2570-0444

ЕКОТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Зубов В. О., доктор філософських наук, професор, директор Інституту здоров'я, спорту і туризму ім. Т. Самоленко, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Белькова С. В., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Класичний приватний університет

Ключові слова: екотуризм, сталий розвиток, зелена економіка, регіональний розвиток, екологічна свідомість.

Екотуризм у сучасних умовах є одним із ключових напрямів трансформації туристичної галузі в контексті реалізації концепції сталого розвитку. Його значення зростає в умовах глобальних екологічних викликів, урбанізації та необхідності раціонального використання природних ресурсів. Екотуризм поєднує економічну ефективність, соціальну відповідальність та екологічну безпеку, що дає можливість розглядати його як важливий інструмент регіонального розвитку.

Сутність екотуризму полягає у відповідальному відвідуванні природних територій із мінімальним антропогенним впливом, збереженням біорізноманіття та забезпеченням добробуту місцевого населення. На відміну від масового туризму, він орієнтований на довгострокове збереження природних і культурних ресурсів та формування екологічної свідомості суспільства [1].

Економічний аспект екотуризму проявляється у стимулюванні підприємницької активності, розвитку малого та середнього бізнесу, створенні нових робочих місць, особливо в сільській місцевості. Регіони, які мають значний природно-рекреаційний потенціал, отримують можливість диверсифікувати економіку та зменшити залежність від традиційних галузей. Дослідження свідчать, що Україна має значні ресурси для розвитку екотуризму, однак їх використання потребує системного підходу [1].

Крім того, екотуризм сприяє зростанню інвестиційної привабливості територій та формуванню додаткових фінансових ресурсів для розвитку інфраструктури й охорони природних територій [2].

Соціальний вимір екотуризму полягає у підвищенні якості життя місцевого населення, збереженні культурної спадщини та розвитку громад. Туристичний інтерес до традицій, звичаїв і локальної культури стимулює громади підтримувати власну ідентичність, що сприяє соціальній згуртованості та культурному відродженню. Водночас розвиток сільського зеленого туризму в Європі демонструє ефективність залучення місцевих громад до туристичної діяльності [5].

Екологічний аспект екотуризму є визначальним, оскільки він спрямований на збереження природних ресурсів та мінімізацію негативного впливу на довкілля. Екотуризм сприяє фінансуванню природоохоронних заходів та розвитку заповідних територій, водночас потребуючи ефективного управління для запобігання деградації екосистем [3].

Сучасні тенденції розвитку екотуризму пов’язані з інноваціями та адаптацією до нових умов, зокрема кризових явищ. У контексті сучасних викликів, зокрема війни, сталий туризм може розглядатися як інструмент відновлення економіки та інтеграції України у європейський простір [4].

В Україні екотуризм має значний потенціал завдяки наявності унікальних природних ресурсів, однак його розвиток стримується низкою проблем: недостатнім фінансуванням, слабкою інфраструктурою та недосконалістю управління. Наукові дослідження підтверджують необхідність упровадження комплексної політики розвитку екотуризму та ефективного використання природного потенціалу країни [2].

Перспективним напрямом є створення туристичних кластерів та розвиток партнерства між державою, бізнесом і громадами. Це дасть можливість підвищити конкурентоспроможність регіонів, забезпечити раціональне використання ресурсів і сприяти сталому розвитку територій.

Отже, екотуризм є важливим інструментом сталого розвитку регіонів, який забезпечує економічне зростання, соціальну стабільність і збереження природного середовища. Його ефективний розвиток можливий за умови комплексного підходу, що передбачає поєднання державної підтримки, інновацій та активної участі місцевих громад.

Список використаних джерел:

1. Нікітенко К. С. Розвиток екотуризму в Україні: потенціал та проблеми. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка***.** 2023. № 15. С. 205–211. DOI: 10.32782/2708-0366/2023.15.32.

2. Паньків Н. М., Скрипник М. І. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки***.** 2022. № 4 (308). С. 251–256. DOI: 10.31891/2307-5740-2022-308-4-36.

3. Любченко В. В. Роль туризму у сталому розвитку в Україні: виклики та можливості для економіки. *Економіка та суспільство***.** 2023. № 57. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-57-59.

4. Шестель О. М., Старинець О. В. Сучасні тенденції сталої екологізації індустрії туризму. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування***.** 2023. № 1 (7). С. 45–50. DOI: 10.32782/2708-4949.1(7).2023.7.

5. Польова О. В. Економічні аспекти сталого туризму: принципи та нові можливості. *Економіка та суспільство*. 2025. № 76. DOI: 10.32782/2524-0072/2025-76-61.

УДК 338.48
ORCID 0000-0003-3879-7337

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ ПІД ВПЛИВОМ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКОЇ ВІЙНИ

Кузишин А.В., доктор географічних наук, професор,
декан географічного факультету,
професор кафедри географії України і туризму
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Ключові слова: міжнародний туризм, міжнародні туристичні потоки, країни Центрально-Східної Європи, індустрія гостинності, туристична логістика, зайнятість в туризмі.

Інноваційні стратегії розвитку туризму країн Центрально-Східної Європи в умовах українсько-російської війни формуються під впливом глибоких трансформацій глобального та регіонального туристичного простору, що зумовлені не лише безпосередніми безпековими викликами, а й структурними змінами у поведінці споживачів, логістиці, інвестиційних потоках і функціонуванні туристичної інфраструктури. Війна в Україні стала каталізатором переосмислення ролі туризму як

соціально-економічного феномену, що функціонує в умовах невизначеності, ризиків і необхідності швидкої адаптації до нових реалій.

У регіональному вимірі країни Центрально-Східної Європи, зокрема Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія та країни Балтії, опинилися в зоні безпосереднього впливу війни, що проявилося у зміні туристичних потоків, трансформації функцій туристичної інфраструктури та перерозподілі ролей у міжнародному туризмі. Туристичний сектор цих держав, який до пандемії COVID-19 демонстрував стабільне зростання, після 2020 року пережив подвійний шок – пандемічний та геополітичний. Водночас, незважаючи на негативні чинники, регіон не лише зберіг потенціал для розвитку, але й сформував нові стратегічні напрями, орієнтовані на інноваційність, стійкість і диверсифікацію.

Однією з ключових тенденцій стало посилення ролі безпекового фактору у формуванні туристичного попиту. Війна спричинила зміну сприйняття Центрально-Східної Європи як туристичного простору, що призвело до часткового відтоку міжнародних туристів. Водночас відбулося внутрішнє перерозподілення потоків: туристи стали надавати перевагу країнам, які асоціюються з відносною стабільністю та ефективною кризовою політикою. У цьому контексті Польща та Чехія виступили як своєрідні «якорі стабільності», що дозволило їм не лише втримати позиції, але й наростити туристичні доходи та прибуття у посткризовий період.

Важливим елементом інноваційних стратегій стало переорієнтування туристичної політики на внутрішній ринок та нові категорії туристів. В умовах обмежень міжнародних подорожей та зростання ризиків держави активізували розвиток внутрішнього туризму, стимулюючи попит через національні програми підтримки, цифрові платформи та маркетингові кампанії. Одночасно відбулося формування нових сегментів попиту, зокрема пов’язаних з тимчасово переміщеними особами, бізнес-поїздками, гуманітарною логістикою та транзитними переміщеннями, що суттєво змінило структуру туристичних витрат і споживання.

Цифровізація стала одним із ключових інструментів адаптації туристичної галузі до нових умов. Країни регіону активно впроваджують smart-рішення у сфері готельного бізнесу, транспортної логістики та туристичних сервісів. Розвиток онлайн-бронювання, цифрових платформ управління туристичними потоками, безконтактних сервісів та використання великих даних дозволяє підвищити ефективність функціонування галузі, забезпечити гнучкість і швидкість реагування на зміни попиту. Особливо показовими є країни Балтії, де цифрові інновації поєднуються з розвитком бізнес-туризму та креативних індустрій.

Готельний сектор, як базовий елемент туристичної інфраструктури, також зазнав значних трансформацій. Інноваційні стратегії в цій сфері спрямовані на підвищення енергоефективності, впровадження екологічних стандартів, розвиток тематичних і нішевих форматів розміщення (еко-готелі, бутик-готелі, SPA-комплекси), а також інтеграцію цифрових

технологій. Польща, як лідер регіону, демонструє високий рівень інвестиційної активності, залучаючи міжнародні готельні мережі та формуючи сучасну інфраструктуру, здатну конкурувати на глобальному рівні. Водночас країни, що мають структурні проблеми, такі як Румунія, змушені реалізовувати програми державної підтримки для стабілізації галузі та збереження трудового потенціалу.

Інноваційний розвиток туризму неможливий без модернізації транспортної та логістичної інфраструктури. В умовах закриття повітряного простору України значно зросла роль прикордонних держав як транспортних хабів. Польща, Угорщина, Словаччина та Румунія отримали додатковий імпульс для розвитку авіаційної інфраструктури, що проявилося у зростанні пасажиропотоків, розширенні маршрутної мережі та залученні нових перевізників. Конкуренція між авіакомпаніями, зокрема між національними перевізниками та лоукостерами, стимулює інновації у сфері тарифної політики, сервісу та управління потоками пасажирів.

Особливе значення в сучасних умовах набуває розвиток транскордонного та міжрегіонального співробітництва. Участь країн Центрально-Східної Європи в європейських програмах, таких як Interreg, COSME та Horizon Europe, сприяє інтеграції туристичних продуктів, розвитку спільних маршрутів, підвищенню якості послуг і формуванню єдиного туристичного простору. В умовах війни це співробітництво набуває додаткового значення як інструмент стабілізації, обміну досвідом та координації зусиль у сфері безпеки та управління кризами.

Суттєвим компонентом інноваційних стратегій є орієнтація на сталий розвиток. Країни регіону активно інтегрують принципи екологічної відповідальності, соціальної інклюзії та економічної ефективності у туристичну політику. Розвиток зеленого туризму, збереження природних і культурних ресурсів, підтримка локальних громад та формування екологічної свідомості туристів стають ключовими пріоритетами. У цьому контексті важливу роль відіграють інституційні механізми підтримки, державні програми та партнерство з міжнародними організаціями.

Війна в Україні також сприяла трансформації функціональної ролі туризму. Туристична інфраструктура частково була переорієнтована на виконання гуманітарних функцій, забезпечуючи розміщення біженців, організацію логістики та підтримку соціальних ініціатив. Це підвищило значення туризму як елемента соціальної стійкості та адаптивності територій, що виходить за межі традиційного економічного розуміння галузі.

Аналіз економічних показників свідчить про неоднорідність розвитку туристичного сектору в країнах регіону. Польща зберігає лідерські позиції за обсягами туристичних прибуттів і доходів, тоді як інші країни демонструють різні темпи відновлення та адаптації. Водночас показники витрат населення на міжнародний туризм у більшості країн перевищують доковідний рівень, що свідчить про відновлення попиту та

підвищення мобільності населення. Частка туризму у ВВП та зайнятості також варіюється, що відображає різний рівень інтеграції галузі в національні економіки та різні стратегічні пріоритети розвитку.

У сучасних умовах інноваційні стратегії розвитку туризму країн Центрально-Східної Європи мають комплексний характер і базуються на поєднанні кількох ключових підходів: диверсифікації туристичних продуктів, цифровізації, підвищення стійкості, розвитку інфраструктури та активізації міжнародного співробітництва. Важливим є також формування нового іміджу регіону як безпечного, інноваційного та відкритого до змін туристичного простору.

Отже, українсько-російська війна, попри негативні наслідки для туристичного сектору, стала потужним стимулом для трансформації та модернізації туристичних стратегій країн Центрально-Східної Європи. Адаптація до нових умов, впровадження інновацій та посилення регіональної співпраці дозволяють не лише подолати кризові явища, але й сформувати нову модель розвитку туризму, орієнтовану на стійкість, конкурентоспроможність і довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Адамський Л. Центрально-Східна Європа. Як термін змінив мапу. Режим електронного доступу: https://novapolshcha.pl/article/centralno-skhidna-yevropa-yak-termin-zminiv-mapu/

2. Каганов Ю.О. Центрально-Східна Європа як історичний регіон: зміст та еволюція концепції. Zaporizhzhia Historical Review, 1(19), 333-341. Retrieved from https://istznu.org/index.php/journal/article/view/1600.

3. Кузишин А.В. Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в країнах Центрально-Східної Європи. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія.* Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В. № 1 (випуск 58). 2025. С. 102-110.

4. Кузишин А.В. Зміни в міжнародному туристичному бізнесі країн Центрально-Східної Європи під впливом українсько-російської війни: реалії та сприйняття. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів :III-ій Міжнародний науково-практичний форум, 23–24 квітня 2025 року, Україна, Львів : зб. матер. Електрон. дан. Львів: «Камула», 2025. С. 13-19.

5. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.

6. Кузишин А.В. Сучасні детермінанти геополітичного простору України: національний та європейський аспект. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль: СМП «Тайп», 2022. № 1 (52). С. 102-112.

7. Кузишин А.В., Поплавська І.В. Зміни в міжнародних туристичних потоках під впливом вимушеної мілітаризації Центрально-

Східної Європи. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни : збірник праць Міжнародного науково-практичного форуму (м. Львів, 19–21 квітня 2023 р.) / [відп. ред.: проф. О.І. Мороз]. Львів: «Камула», 2023. С. 10-16.

8. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеєв Я.В. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір. 2024. № 189, 2024. С. 349-354.

9. International Country Risk Guide. [Дата звернення: 28.09.2024] https://www.prsgroup.com/explore-our-products/icrg/

10. Bertram M. Gordon. Warfare and tourism – Paris in World War II. Annals of Tourism Research. 1998. 25(3):616-638.

11. Rodica Pripoaie & Anca-Gabriela Turtureanu & George-Cristian Schin & Andreea-Elena Matic & Carmen-Mihaela Crețu & Cristina-Gabriela Pătrașcu & Carmen-Gabriela Sîrbu & Emanuel Ștefan Marinescu, 2023. "The Contribution of Tourism to the Development of Central and Eastern European Countries in the New Post-Endemic and Geostrategic Context," Administrative Sciences, MDPI, vol. 13(8), pages 1-28, August.

12. Zhou B., Zhang Y., & Zhou P. Multilateral political effects on outbound tourism. Annals of Tourism Research, 2021, 88, 103184. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103184

ВПЛИВ РЕПУТАЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Сущенко О.А., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу.
Київський національний університет технологій та дизайн
Чайковський С.Д., аспірант
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

У сучасних умовах трансформації ринку готельних послуг конкурентоспроможність підприємств дедалі меншою мірою визначається лише матеріально-технічною базою, ціновою політикою чи місцем розташування. В умовах високої насиченості ринку, зростання ролі цифрових платформ, онлайн-відгуків, рейтингових систем і соціальних мереж важливого значення набуває репутація готельного підприємства як інтегральний нематеріальний актив, що впливає на довіру споживачів, рівень лояльності, інтенсивність повторних бронювань та здатність підприємства утримувати конкурентні позиції.

Репутація підприємства готельного бізнесу формується як результат стійкого сприйняття його діяльності споживачами, партнерами, персоналом, інвесторами та іншими стейкголдерами. Вона відображає не лише якість наданих послуг, а й послідовність сервісних стандартів,

прозорість комунікації, здатність підприємства підтримувати стійкість і рівень бренду, реагувати на скарги, забезпечувати безпеку, комфорт і персоналізований досвід перебування. У цьому контексті репутація виступає не допоміжним маркетинговим елементом, а складовою стратегічного управління, що безпосередньо впливає на економічні результати діяльності готельного підприємства.

Слід зазначити, що визначальною особливістю готельного бізнесу є висока залежність споживчого вибору від попереднього досвіду інших клієнтів. Потенційний гість часто не може повною мірою оцінити якість послуги до моменту її фактичного споживання, тому репутаційні сигнали, такі як рейтинг на онлайн-платформах, відгуки, рекомендації, впізнаваність бренду, візуальна представленість у цифровому середовищі, виконують функцію зниження невизначеності та сприйнятого ризику. Саме тому позитивна репутація здатна посилювати довіру до підприємства ще до безпосереднього контакту зі споживачем.

Вплив репутації на конкурентоспроможність готельного підприємства має комплексний характер і проявляється у посиленні його ринкових позицій, фінансової стійкості та довгострокових відносин зі споживачами. Позитивна репутація підвищує ймовірність вибору підприємства серед альтернативних пропозицій, оскільки високі рейтинги, позитивні відгуки та довіра до бренду знижують для споживача невизначеність і сприйнятий ризик під час бронювання. Це, своєю чергою, сприяє зростанню рівня завантаженості номерного фонду та формуванню стабільнішого попиту на готельні послуги. Водночас репутаційний капітал дає підприємству можливість підтримувати вищий ціновий рівень без пропорційної втрати клієнтів, оскільки споживачі частіше готові сплачувати більше за прогнозовано якісний, безпечний і надійний сервіс. Крім того, позитивне сприйняття підприємства посилює лояльність клієнтів, створює передумови для повторних візитів, рекомендацій і формування тривалих відносин зі споживачами. У ширшому управлінському вимірі репутація також підвищує привабливість готельного підприємства для туристичних операторів, корпоративних клієнтів, партнерів і персоналу, що додатково зміцнює його конкурентні переваги на ринку.

У цифровому середовищі репутація готельного підприємства набуває особливої динамічності. Якщо раніше репутаційний капітал формувався переважно через бренд, офлайн-комунікації та особисті рекомендації, то сьогодні він значною мірою залежить від цифрової присутності підприємства. Онлайн-платформи бронювання, агрегатори відгуків, соціальні мережі, пошукові системи та карти формують відкритий інформаційний простір, у якому кожен споживацький досвід може впливати на майбутній попит. Це означає, що репутація перестає бути статичним результатом минулих досягнень і перетворюється на постійно оновлюваний показник якості взаємодії підприємства з ринком.

Водночас репутація має не лише ринковий, а й виразний управлінський вимір, оскільки її формування безпосередньо залежить від якості внутрішньої організації діяльності готельного підприємства. Репутаційне сприйняття не виникає лише внаслідок рекламної активності або візуальної привабливості бренду, а формується через сукупність повторюваних контактів клієнта з підприємством на різних етапах споживчого досвіду від пошуку інформації та бронювання до заселення, перебування, вирішення поточних запитів і подальшої комунікації після завершення проживання. Тому навіть добре побудована зовнішня комунікація не може компенсувати неузгодженість внутрішніх процесів, низьку якість сервісу або відсутність належної реакції на проблеми клієнтів.

У цьому контексті репутація готельного підприємства значною мірою залежить від узгодженості його бізнес-процесів, рівня підготовки персоналу, ефективності сервісного менеджменту, якості комунікації між підрозділами та здатності підприємства оперативно реагувати на непередбачувані ситуації. Для готельного бізнесу особливо важливим є те, що сервісна помилка часто виникає не внаслідок одного ізольованого недоліку, а через слабку координацію між функціональними службами підприємства: службою прийому і розміщення, housekeeping, ресторанним підрозділом, відділом бронювання, маркетингом, технічною службою та адміністрацією. Якщо інформація про потреби гостя втрачається між підрозділами або рішення щодо проблемної ситуації приймається із запізненням, це безпосередньо впливає на оцінку сервісу й може трансформуватися у негативний відгук.

Важливу роль у підтриманні репутаційної стійкості відіграє персонал, оскільки саме працівники першої лінії контакту формують значну частину враження гостя про підприємство. Професійна компетентність, комунікаційна культура, емоційна стійкість, здатність до емпатії та швидкого вирішення проблем є не менш важливими чинниками репутації, ніж матеріальна база готелю. У ситуаціях сервісного збою саме поведінка персоналу часто визначає, чи буде клієнт сприймати проблему як випадкову неприємність, чи як ознаку системної ненадійності підприємства. Тому управління репутацією має включати постійне навчання персоналу, формування стандартів сервісної поведінки, розвиток внутрішньої культури відповідальності та механізмів швидкого реагування на скарги.

Окремого значення набуває управління клієнтським досвідом як цілісним процесом. Репутаційна конкурентоспроможність готельного підприємства формується не лише через відповідність очікуванням гостя, а й через здатність підприємства забезпечувати передбачувану якість послуги. Для цього необхідні прозорі стандарти обслуговування, регулярний моніторинг задоволеності клієнтів, аналіз повторюваних скарг, контроль якості на всіх етапах надання послуги та використання

отриманого зворотного зв’язку для вдосконалення бізнес-процесів. Якщо підприємство не аналізує причини негативних оцінок, а лише формально на них реагує, репутаційні втрати накопичуються й поступово впливають на попит, цінову стійкість і конкурентні позиції.

У цифровому середовищі управлінський вимір репутації посилюється, оскільки будь-який недолік сервісу швидко стає помітним для широкої аудиторії через онлайн-платформи бронювання, соціальні мережі, карти, форуми та агрегатори відгуків. Це зумовлює необхідність інтеграції цифрових комунікаційних каналів у систему управління підприємством. Йдеться не лише про присутність готелю в онлайн-середовищі, а й про здатність системно працювати з цифровою репутацією, а саме, відстежувати відгуки, аналізувати тональність коментарів, виявляти проблемні зони сервісу, персоналізовано відповідати на звернення клієнтів і використовувати цифрову аналітику для прийняття управлінських рішень. За таких умов репутація перетворюється на індикатор якості управління, а не лише на результат маркетингової активності.

Отже, репутаційна конкурентоспроможність готельного підприємства не може бути забезпечена виключно рекламними інструментами, промоційними кампаніями або формальним підтриманням позитивного іміджу. Вона потребує системного управління якістю послуг, клієнтським досвідом, персоналом, внутрішніми бізнес-процесами, цифровими каналами комунікації та механізмами зворотного зв’язку. Лише за умови узгодженості зовнішньої комунікації з реальною якістю сервісу репутація може виконувати функцію стійкої конкурентної переваги, а не залишатися декларативним елементом позиціонування підприємства на ринку. Суттєвим чинником репутаційної стійкості є робота з негативними відгуками. Наявність окремих скарг не завжди є критичною для підприємства, однак ігнорування проблем, формальні відповіді або відсутність реакції можуть суттєво послаблювати довіру споживачів. Навпаки, своєчасна, аргументована й коректна комунікація з клієнтом здатна частково нейтралізувати негативний ефект і продемонструвати відповідальність підприємства. У цьому сенсі управління репутацією має розглядатися як частина антикризового менеджменту та системи забезпечення якості готельних послуг.

Репутація також впливає на кадрову конкурентоспроможність готельного підприємства. Підприємства з позитивним іміджем роботодавця мають кращі можливості для залучення, утримання та мотивації кваліфікованого персоналу. Для готельного бізнесу це має принципове значення, оскільки якість послуги значною мірою формується у процесі безпосередньої взаємодії працівника з гостем. Низький рівень внутрішньої репутації, плинність кадрів, професійне вигорання персоналу або слабка корпоративна культура можуть швидко трансформуватися у зовнішні репутаційні втрати.

У кризових умовах значення репутації для готельного бізнесу зростає. Безпекові виклики, економічна нестабільність, зміна туристичних потоків і зростання чутливості споживачів до якості та надійності сервісу зумовлюють необхідність формування довгострокової довіри до підприємства. Для українських підприємств готельного бізнесу це особливо актуально, оскільки репутація виступає не лише інструментом конкурентної боротьби, а й засобом відновлення попиту, підтримки партнерських зв'язків і поступового повернення до активної участі у внутрішньому та міжнародному туристичному ринку.

Таким чином, репутація підприємств готельного бізнесу є важливим чинником формування їх конкурентоспроможності, оскільки забезпечує зниження сприйнятого ризику для споживача, посилення довіри, зростання лояльності, підтримання цінової стійкості, залучення партнерів і підвищення привабливості підприємства як роботодавця. Управління репутацією має здійснюватися не як окремий комунікаційний напрям, а як інтегрована управлінська функція, що поєднує якість сервісу, цифрову присутність, клієнтський досвід, кадрову політику, антикризову комунікацію та стратегічний розвиток підприємства.

Список використаних джерел

1. Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press.

2. Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: A review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379–414. DOI: 10.1108/IJCHM-03-2014-0151

3. Sushchenko, O., & Ekouaghe, M. (2019). Trends in the development of marketing technologies in the tourism market. *Economics of Development*, 18(1), 9–22. https://doi.org/10.21511/ed.18(1).2019.02.

4. Sushchenko, O., Dekhtyar, N., & Bozhinova, M. (2021). Information technologies and applications for the tourism services sphere. *2021 IEEE 8th International Conference on Problems of Infocommunication, Science and Technology (PIC S&T)*, 141–146. DOI: 10.1109/PICST54195.2021.9772178.

5. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51–65. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.10.001.

УДК 796.5 : 304 : 159.9

НАРАТИВ ЛЮДСЬКОЇ ПОДОРОЖІ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ: ВІД БІБЛІЙНИХ МОТИВІВ ДО СУЧАСНОГО ПОСТТУРИЗМУ

Хаїнська О.А. , доктор культурології, професор
Ключові слова: біблійний мотив, наратив, подорож, культурний феномен, інтерпретація, посттуризм.

В сучасному дискурсі туризм дедалі частіше розглядається не лише як соціально-економічна діяльність або форма дозвілля, а як складний культурний феномен, що відображає фундаментальні моделі взаємодії людини зі світом. У цьому контексті особливо продуктивним є підхід, який інтерпретує туризм крізь призму наративу людської подорожі — універсальної культурної моделі, що супроводжує людство від найдавніших часів. Мотив подорожі є одним із найстійкіших архетипів світової культури. У міфології, релігійних традиціях, літературі та мистецтві він постає як форма символічного переходу, пошуку знання, духовного випробування або трансформації особистості. У культурологічному вимірі подорож функціонує як наративна структура, що організовує досвід людини у просторі та часі, формуючи певні смислові горизонти взаємодії з «іншим» — культурою, місцем, історією. Туристична подорож стає не лише фізичним рухом, а й процесом символічного «прочитання» ландшафтів, культурних текстів і соціальних практик. Таким чином, турист виступає своєрідним інтерпретатором культурного простору, який включає побачене у власний життєвий наратив.

Туризм є сучасною формою оповіді про мандрівку, яку людина протягом тисячоліть своєї історії досліджувала в різноманітних варіаціях. Одним із доцільних методів дослідження туризму як культурного феномена є розуміння його як універсального наративу про людську мандрівку. Приклади чого бачимо у текстах Старого Завіту, зокрема в оповідях про покликання до місії Авраама і пророка Іллі через наказ відправитися у подорож як метафору духовного укріплення та відновлення до нового життя, вільного від слабкості й гріха, а також в образності послань апостола Павла, в яких використано порівняння життя з бігом, спортивними змаганнями. Турист слідує "персональному міфу "марафонця", або "гопліта-віщуна", як того, хто приносить добру новину після випробувань шляхом і проходить своєрідну ініціацію (із залученням свідомості й підсвідомості). У складній історії пророка Іллі перед завершальним його служінням, перед яким він дуже злякався переслідувань, переховувався у горах, навіть прохав у Бога смерті, читаємо: "І він устав, і попоїв та напився. І він ішов, підкріплений тією

їжею, сорок день та сорок ночей аж до Божої гори Хорив" (1 Царів 19:8). У християнській традиції добре відомо, що саме стільки днів та ночей постив Ісус Христос у пустелі, це число сорок не є випадковим, як знаємо із семіотики цифр у Святому Письмі: "Подорож Іллі зайняла вдвічі більше часу, ніж повинно було. Відповідно, цей проміжок часу не тільки мав символічне значення, але і вказував на буквальний час. Подібно до того, як ізраїльський народ переживав сильний духовний упадок і тому скитався сорок років пустелею (Чис. 14:26–35), так і пригнічений Ілля повинен був провести сорок днів у пустелі. Як Мойсей провів сорок днів на горі без хліба та води, отримуючи підкріплення тільки від Бога, оскільки він очікував нового етапу в служінні (Вих. 34:28), так й Ілля повинен був провести сорок днів, отримуючи Боже підкріплення, оскільки готувався отримати нове доручення від Господа" [див.: 1, 506]. Додамо, що гора Хорив по-іншому називається Синай (на території сучасного Єгипту), де розташований один із найдавніших постійно діючих християнських монастирів – Святої Катерини, – що протягом століть є одним із головних туристичних об’єктів у світі: його відвідували і коронованні особи, і святі, і видатні діячі культури, і мільйони звичайних туристів та паломників. Саме тут, як вважається, досі росте Неопалима купина, розташована криниця Мойсея, зберігаються мощі святої Катерини, а обитель є хранительницею однієї з найбагатших колекцій давніх рукописів та ікон. Захопливий опис цієї обителі знаходимо в популярному у XVIII–XIX століттях творі "Мандри по Святих Місцях Сходу з 1723 по 1747 рік" українського мандрівника та письменника Василя Григоровича-Барського (1701–1747). Українська художниця і сценограф Марія Левитська перебувала на Синаї спеціально у пошуках особливого натхнення, внаслідок чого створила окремий цикл картин, а також використала ідеї світлотіней цих загадкових гір у декораціях опери М. Скорика "Мойсей". Вона назвала цей монастир "Земля, де літає Бог" [2, 181]. У такому значеннєвому контексті зрозумілою стає певна "нераціональність" у використанні часу для подорожей. Погоджуємося з думкою, що "персональний міф (особистий, приватний, власний) – це просто історія, яка твориться (яка творить) протягом життя людини і становить основоположний елемент його психобіографії. Іншими словами, це – лейтмотив, через який досконало пов’язується несвідомість особистості та який веде прямо до її джерел.

Британський соціолог Джон Річард Уррі (1946–2016), що займався питаннями соціології туризму та сучасної мобільності, акцентує на тому, що у сучасному світі подорожі є одними з найважливіших частин людського життя. Вчений запропонував поняття «посттуризму», на відміну від традиційного «масового туризму». Ось як він розкриває своє розуміння цих явищ: посттурист «не мусить залишати своє помешкання, щоб побачити численні туристичні об’єкти. Особливо завдяки телебаченню і відео все можна зараз побачити, запам’ятати, порівняти і контекстуалізувати» [3, 37]. Звісно, що тут варто додати мережу інтернет

як джерело пізнання світу без необхідності виходити з дому, просто необхідний доступ до світової мережі. В Україні останні роки одними з найпопулярніших передач на телеканалах та відеохостингах є конкретно ті, які стосуються подорожей. Дж. Р. Уррі ще у 1980-х роках, коли не був поширений інтернет, вважав, що посттурист бере участь у «грі туризму»: «посттурист – це особа, яка знає, що є туристом, що це гра, а швидше, навіть ціла серія ігор з різноманітними текстами, позбавлена одного – автентичного туристичного досвіду. Посттурист знає, що буде змушений знову стати в черзі, що знову треба буде поміняти гроші, що кольоровий буклет – це продукт попкультури, що "автентичне" місцеве оточення так само соціально заплановане як і "народний" бар, а також мальовниче "рибацьке село" не вижили б без прибутку з туризму» [4, 38].

Сучасна людина, на відміну від наших попередніх поколінь, менше прив'язана до свого світу, її горизонти виходять у глобальний простір раніше просто недосяжним куточків світу й екзотичних культур і традицій. Феномен мандрів у нашому розумінні належить до традиції (в розумінні психології культури) як «вертикального виміру культури (культура in potentia); змістів культури, сконденсованих у певній символіці (міфи, релігія, мова, міжпоколінні національні й сімейні взірці) та розпізнаваних як наповнена сенсом цілісність, що виходить поза окреслений час епохи чи покоління (транцендентна функція культури), а також місце (дифузія традиції, традиція в діаспорі)» [10, 178–179]. Такий аналіз сутності туризму сприяє глибшому розумінню його природи і великої популярності у сучасній культурі не лише як способу релаксу й відпочинку, але і як внутрішньої екзистенційної потреби.

Аналіз туризму крізь призму наративу людської подорожі дозволяє розглядати його як складний культурний феномен, що виходить за межі суто соціально-економічної чи рекреаційної діяльності. Подорож, як архетипний мотив світової культури, виступає універсальною структурою, через яку людина організовує власний досвід у просторі та часі, інтерпретує зустрічі з «іншим» — культурою, місцем, історією, та конструює особистий наратив існування. Вивчення біблійних сюжетів, зокрема історії Авраама, пророка Іллі та апостола Павла, демонструє, що мотив подорожі завжди був носієм духовного змісту, випробування та трансформації. Отже, туризм у культурологічному розумінні постає як універсальний наратив людської подорожі: він поєднує фізичний, символічний та психологічний виміри, забезпечує передачу культурних смислів крізь покоління та задовольняє фундаментальні екзистенційні потреби людини. Це дозволяє розглядати туризм не лише як форму дозвілля, але і як значущий елемент культурної ідентичності та внутрішнього розвитку особистості.

Список використаних джерел

1. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making / J.Urry // Theory, Culture and Society. – 1988. – № 5 (1). – PP. 35–55.
2. Smith, Gary V. *The New Testament in Its World: An Introduction to the History, Literature, and Theology of the First Christians.* Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2020.
3. Urry, J. The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies / J.Urry. – London : Sage Publica tions Ltd., 1990. – 180 pp.
4. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making // Theory, Culture and Society. 1988. № 5 (1). P. 35–55.
5. Dudek Z. W., Pankalla A. Psychologia kultury. Doświadczenia graniczne i transkulturowe. Warszawa : ENETEIA, 2005. 364 s.
6. Calvin, J. *Commentaries on the First Book of Moses Called Genesis.* Trans. John King. Grand Rapids, MI: Baker Book House, 2003.
7. Левитська М.С. Музи і музика мого театру / М.С. Левитська. – К. : Либідь, 2016. – 240 с.
8. MacArthur J. F. *The MacArthur Study Bible: New King James Version.* Nashville : Thomas Nelson, 1997. 2240 p.
9. *Святе Письмо Старого та Нового Завіту.* Повний переклад, здійснений за оригінальними єврейськими, арамійськими та грецькими текстами. Український переклад. Київ : United Bible Societies / Українське Біблійне Товариство, 1991. 1494 с.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Хаїнська О.А., доктор культурології, професор
Андреєва М.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: готельний бізнес, інновації, маркетингові стратегії, цифровізація, конкурентоспроможність, управління.

Сучасний етап розвитку готельного бізнесу України характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими економічними, соціальними та політичними чинниками. Воєнний стан, зміна географії туристичних потоків, скорочення міжнародного туризму та зростання ролі внутрішнього ринку формують нову модель функціонування індустрії гостинності. Підприємства змушені переглядати підходи до управління, маркетингу та сервісу, впроваджуючи інноваційні стратегії розвитку.

Одним із ключових напрямів трансформації є цифровізація готельної діяльності. Сучасні готелі активно використовують автоматизовані

системи управління номерним фондом (PMS), CRM-системи для персоналізації обслуговування, онлайн-канали бронювання (Booking.com, Expedia, Airbnb), мобільні додатки та безконтактні технології check-in/check-out. Це дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси, а й підвищити якість взаємодії з клієнтом. За даними міжнародних досліджень, понад 70 % гостей віддають перевагу готелям, що пропонують цифрові сервіси самообслуговування [1].

Цифрові канали просування відіграють вирішальну роль у формуванні попиту. Соціальні мережі (Instagram, Facebook, TikTok), контекстна реклама, email-маркетинг та робота з онлайн-відгуками формують імідж готелю та впливають на рішення потенційного споживача. Репутаційний менеджмент стає невід'ємною частиною стратегічного управління.

Важливою складовою інноваційної стратегії є орієнтація на внутрішній туризм та сегмент бізнес-подорожей. У 2024–2025 роках внутрішній туризм демонструє стабільність, що підтверджується зростанням туристичного збору та збільшенням кількості засобів розміщення. Формат «bleisure» (business + leisure) набуває популярності: гості поєднують ділові поїздки з відпочинком. Це зумовлює необхідність створення комфортних робочих зон, наявності швидкісного інтернету, конференц-просторів та гнучких тарифів на тривале проживання.

Синергія сервісу, маркетингу та управління проявляється у формуванні комплексної клієнтоорієнтованої моделі розвитку. Персоналізація послуг (індивідуальні пропозиції, спеціальні пакети, програми лояльності), гнучке ціноутворення та партнерські проєкти з туристичними операторами підвищують конкурентоспроможність підприємства.

Таблиця 1Основні інноваційні стратегії розвитку готельного бізнесу

Напрям	Зміст впровадження	Очікуваний результат
Цифровізація	PMS, CRM, онлайн-бронювання, мобільні додатки	Оптимізація управління, підвищення сервісу
Маркетинг	SMM, SEO, робота з агрегаторами, бренд-стратегія	Зростання впізнаваності та попиту
Клієнтоорієнтованість	Програми лояльності, персоналізація	Формування постійної клієнтської бази
Гнучке ціноутворення	Dynamic pricing, сезонні знижки	Підвищення завантаженості
Інноваційні формати	Апарт-готелі, коворкінг-зони	Залучення нових сегментів клієнтів

Джерело: сформовано на основі [1]

У контексті відновлення готельного ринку України особливу роль відіграє середній ціновий сегмент (3–4*). Саме такі готелі демонструють стабільність попиту та інвестиційну привабливість. Вони поєднують доступність цін та достатній рівень комфорту, що відповідає потребам сучасного споживача.

Світові тенденції 2025 року також акцентують увагу на екологічній відповідальності та енергоефективності. Використання ресурсозберігаючих технологій, скорочення споживання пластику, впровадження концепції sustainable hospitality стають конкурентною перевагою. Споживач дедалі частіше обирає готелі, які демонструють соціальну відповідальність [2].

Важливим чинником розвитку є стратегічне управління ризиками. В умовах нестабільності підприємства повинні впроваджувати адаптивні управлінські моделі, що дозволяють оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Це передбачає диверсифікацію каналів продажу, формування резервних фінансових фондів та активну співпрацю з місцевими громадами.

Таким чином, інноваційні стратегії розвитку готельного бізнесу в Україні повинні базуватися на інтеграції сучасних технологій, клієнтоорієнтованості, цифрових інструментів маркетингу та гнучкого управління ресурсами. Лише комплексний підхід забезпечить стійке функціонування підприємств індустрії гостинності в умовах трансформації туристичного ринку.

Список використаних джерел

1. Ганущак Р. М., Маргасова В. Г. Інноваційні стратегії розвитку бізнесу в умовах повоєнного відновлення економіки України. *Journal of Strategic Economic Research*. 2024. № 6. С. 166–176. URL: https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.6.17 (дата звернення: 28.02.2026).

2. Плани та звіти. *Державне агентство розвитку туризму України*. URL: https://www.tourism.gov.ua/plans-and-report (дата звернення: 28.02.2026).

3. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2024. *UNWTO World Tourism Barometer*. 2024. Vol. 22, no. 1. P. 1–44. URL: https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2024.22.1.1 (date of access: 28.02.2026).

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ РЕСТОРАНІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ: МЕХАНІЗМИ АДАПТАЦІЇ ТА ВІДНОВЛЕННЯ

Хаїнська О.А., доктор культурології, професор
Бірюкова М.Ю., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: економічна стійкість, енергетика, адаптація, відновлення.

Ресторанний бізнес є однією з найбільш вразливих галузей економіки в кризові періоди: його діяльність безпосередньо залежить від платоспроможності населення, безпеки бізнес-середовища, логістики, енергозабезпечення та стабільності праці персоналу. Повномасштабне вторгнення російських військ в Україну 24 лютого 2022 року стало руйнівним шоком для всіх сфер господарської діяльності, включно зі сферою громадського харчування. Проте ресторанний сектор не лише пережив шок, а й продемонстрував високий рівень економічної стійкості та здатності до адаптації, переформатувавши бізнес-моделі, створивши нові джерела прибутку й залучення клієнтів, а також частково відновивши свою діяльність у складних умовах війни.

На початку повномасштабної війни значна частина ресторанних закладів була змушена тимчасово закритися через небезпеку для персоналу, порушення логістичних ланцюгів та значні коливання попиту. За даними дослідження Полтавського університету економіки та торгівлі, близько 70 % ресторанів відновили діяльність протягом трьох місяців після початку війни, але загальна кількість закладів скоротилася (тобто закрито приблизно з 36 500 до 32 000 ресторанів і кафе), що свідчить про значний вплив бойових дій на структуру ринку [6, с. 4].

Важливо, що хоча на початку війни багато підприємств зазнали значних втрат, українські ресторатори з часом пристосувалися до нових реалій і навіть змогли поступово відновлювати прибуткову діяльність. За даними Forbes Ukraine, виручка у сегменті громадського харчування в другій половині 2023 року зросла щодо аналогічного періоду 2022 року в середньому на 30 %, а відвідуваність закладів – на 10 %, що є позитивним сигналом про адаптацію ринку. Ці показники відображають не лише зростання цін, а й зміни в поведінці споживачів, які, хоч і з більшими витратами, підтримують роботу закладів харчування як елемент нормального життя в умовах війни [1].

Така тенденція зростання виручки спостерігається й у 2025 році: дослідження Poster показало, що виручка ресторанів у 2025 році зросла вже на 6 %, хоча при цьому відвідуваність знизилася на 8 % порівняно з 2024 роком, а середній чек підвищився приблизно на 17 % . Ці цифри свідчать про те, що ресторанний бізнес змушений компенсувати падіння

трафіку збільшенням цін на послуги, щоб підтримувати фінансову стійкість.

Варто також відзначити, що збільшення виручки відбувається не лише у сегменті традиційних ресторанів: сегменти кав'ярень, піцерій і фастфуду також демонструють зростання виручки та середнього чеку, що свідчить про диференційовану адаптацію різних категорій закладів до умов війни [4].

Один із головних викликів для ресторанного бізнесу під час війни – це перебої з електропостачанням через атаки на енергетичну інфраструктуру. Часті відключення електрики призводили до втрати можливості обслуговувати клієнтів і зберігати продукти.

Польові звіти свідчать, що багато закладів інвестували в генератори, запасні джерела живлення та альтернативні системи енергозабезпечення, що дозволило їм працювати під час вимкнень світла й зберігати комфорт для відвідувачів. Ця стратегія стала критичною для столичного ресторанного сектору взимку 2026 року, коли часті блекаути перевіряли витривалість і фінансові можливості закладів . Аналіз українського ринку ретейлу – який має багато спільних викликів із ресторанною сферою стосовно енергостійкості – показує, що бізнес активно інвестує в енергетичну автономію для забезпечення безперервної роботи протягом кризових періодів [5].

Диверсифікація бізнес-моделей стала ключовою адаптаційною стратегією. Заклади, які раніше орієнтувалися виключно на відвідування клієнтів на місці, почали використовувати:

– доставку та takeaway як повноцінний канал прибутку;

– розширення асортименту товарів (наприклад, продаж наборів продуктів, готової їжі для самостійного приготування);

– цільові пропозиції для військових, волонтерів і службовців, що сприяло стабільності попиту незалежно від загальної економічної активності.

Такий підхід підсилює стійкість бізнесу, оскільки розширює джерела доходів і дозволяє зменшити залежність від одного сегмента споживачів. Це підтверджують дослідження, які показують, що ресторани, що впровадили альтернативні формати обслуговування і delivery, демонструють кращі фінансові результати порівняно з тими, хто зберігав традиційну модель обслуговування [3, с. 57]

В умовах воєнної невизначеності технологічна адаптація стала важливою конкурентною перевагою. Заклади ресторанного бізнесу активно впроваджують:

– системи автоматизації обліку та продажів;

– цифрові меню та QR-замовлення, що зменшують контакти;

– мобільні додатки для онлайн-замовлень й інтеграцію з платформами доставки;

– CRM-системи, що дозволяють відслідковувати поведінку клієнтів і оптимізувати пропозиції.

Ці технологічні інструменти сприяють ефективному управлінню витратами, підвищенню якості обслуговування та створенню лояльності клієнтів у складних умовах війни. Такі практики підтверджують висновки наукових досліджень, які підкреслюють, що інновації допомагають ресторанам швидше адаптуватися до нових реалій та зміцнювати економічну стійкість [6, с. 4].

Багато ресторанів виконували соціальну роль під час війни, забезпечуючи харчуванням військових, медичних працівників, біженців та постраждалих сімей. Цей соціально-економічний підхід не лише підтримував репутацію бізнесу, а й створював нові форми співпраці з державними та неурядовими організаціями. Так, відомі шеф-кухарі, наприклад Євген Клопотенко, переформатували свої заклади для роздачі гарячих обідів для біженців і військових, демонструючи новий рівень корпоративної соціальної відповідальності, який також формує стійкість бізнесу через позитивний імідж та довіру суспільства [2, с. 163].

Попри повномасштабну війну, ресторанний ринок України зберіг відносну стабільність і продовжив функціонування у трансформованому форматі. Станом на кінець 2025 року в Україні працювало близько 32 тисяч закладів громадського харчування. Хоча частина підприємств припинила діяльність через бойові дії та економічні труднощі, загальний масштаб ринку залишився значним. У 2025 році виручка ресторанного сектору зросла приблизно на 6 %, а середній чек – на 17 %, що частково компенсувало зниження відвідуваності на близько 8 % і зростання операційних витрат [4].

Регіональна динаміка розвитку є нерівномірною та залежить від безпекової ситуації й демографічних змін. У деяких містах спостерігалося зростання виручки завдяки релокації бізнесу та внутрішній міграції, тоді як в інших регіонах прибутковість скорочувалася. Водночас ресторанний бізнес стикається з системними викликами, серед яких зниження купівельної спроможності населення, дефіцит кадрів унаслідок мобілізації та міграції, а також підвищення витрат на продукти, енергоресурси й логістику.

В підсумку зазначимо, що ресторанний бізнес України в умовах повномасштабної війни продемонстрував не лише вразливість до зовнішніх викликів, а й значний потенціал економічної стійкості та адаптивності. Незважаючи на скорочення кількості закладів, перебої з енергопостачанням, кадровий дефіцит і зниження відвідуваності, сектор зміг частково відновити фінансові показники завдяки диверсифікації моделей діяльності, цифровізації та гнучкому управлінню витратами.

Важливу роль у зміцненні стійкості відіграли інвестиції в енергетичну автономію, розвиток доставки та соціальна відповідальність бізнесу, що сприяли збереженню довіри споживачів. У сукупності ці

чинники свідчать про формування нової моделі функціонування ресторанної галузі, здатної до трансформації та поступового відновлення навіть у надзвичайно складних умовах воєнного часу.

Список використаних джерел

1. Антонюк Т., Маранчак М. Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. *Три висновки і дев'ять інфографік із дослідження Poster*. 2024. URL: https://surl.li/kqqflw
2. Брикова Т. Готельно-ресторанний бізнес: тенденції галузі в умовах кризових явищ та перспективи повоєнного розвитку. *Економіка та управління підприємствами сфери гостинності*, Випуск 1 (89), 2023. С. 53-67. URL: https://surl.li/svplci
3. Звєрькова Ю. І це не бари. Дослідження ресторанів України назвало заклади, в яких найбільше зросла виручка за рік. 2025. URL: https://surl.li/xaodie
4. Левшин Л. Ціна виживання ресторанів Києва. Київ, 2026. URL: https://kyiv1.com/cina-vyzhyvannya-restoraniv-kyeva/
5. Мітяєва Т.Л., Горішевський П.А. Війна та готельно-ресторанна сфера: виклики та адаптація. *Економіка і суспільство*, № 62, 2024. С. 9. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4049/3979

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Хаїнська О. А., доктор культурології, професор
Бондарчук М. А., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: інновації, цифрові технології, індустрія гостинності, готельний бізнес, автоматизація, сервіс.

Індустрія гостинності є однією з найбільш динамічних галузей економіки, розвиток якої безпосередньо пов’язаний із впровадженням інноваційних технологій. В умовах високої конкуренції підприємства готельно-ресторанного бізнесу змушені впроваджувати сучасні технологічні рішення для забезпечення ефективного функціонування та підвищення якості обслуговування [2].

Інноваційна діяльність у сфері гостинності охоплює впровадження новітніх технологій, удосконалення управлінських процесів, використання інформаційних систем, а також розробку нових форм обслуговування клієнтів. Як зазначають дослідники, інновації є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення їх стабільного розвитку [3].

Сучасні підприємства активно інтегрують цифрові технології у свою діяльність, зокрема застосовують системи онлайн-бронювання, CRM-системи, автоматизовані системи управління та аналітики. Особливу роль відіграють технології штучного інтелекту, чат-боти, голосові помічники та інструменти персоналізації, що дозволяють покращити комунікацію з клієнтами та оптимізувати бізнес-процеси [1].

Значного поширення набувають інноваційні технології, представлені на рис. 1, серед яких: інноваційне управління енергією, прогнозне технічне обслуговування, використання інфрачервоних сканерів, голосового керування, віртуальної та доповненої реальності, а також безконтактні платіжні системи. Їх впровадження дозволяє зменшити витрати, підвищити ефективність діяльності та покращити якість обслуговування гостей.

Рисунок 1. Перспективні інноваційні технології у діяльності готельно-ресторанних підприємств

Джерело: [2]

Крім того, інноваційні технології відіграють важливу роль у формуванні маркетингових стратегій підприємств. Використання VR та AR технологій дозволяє створювати віртуальні тури готелями, що підвищує довіру клієнтів і стимулює попит. Чат-боти та AI-системи забезпечують персоналізовану взаємодію з клієнтами, зменшують навантаження на персонал та підвищують ефективність комунікації [1].

Важливою тенденцією є також автоматизація процесів обслуговування та впровадження роботизованих технологій, що дозволяє оптимізувати витрати підприємства та підвищити рівень сервісу. Разом із цим, ефективне впровадження інновацій потребує врахування ризиків, фінансових можливостей та стратегічного планування діяльності підприємства [2].

Отже, впровадження інноваційних технологій є необхідною умовою розвитку підприємств індустрії гостинності. Вони сприяють підвищенню

конкурентоспроможності, покращенню якості обслуговування та забезпечують адаптацію підприємств до сучасних викликів ринку.

Список використаних джерел

1. Вовчанська О. М., Іванова Л. О., Шамов А. О. Інтеграція інноваційних технологій в маркетингові стратегії підприємств готельної індустрії. Трансформаційна економіка. 2025. № 2 (11). С. 19–25. URL: https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-11-3 (дата звернення: 18.03.2026).
2. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Economy and Society. 2022. № 40. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11 (дата звернення: 18.03.2026).
3. Половенко Л. П., Мерінова С. В. Тенденції та проблеми розвитку інноваційних технологій в індустрії гостинності. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2021. № 3 (62). С. 74–81. URL: https://doi.org/10.32689/2523-4536/62-12 (дата звернення: 18.03.2026).

АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ДО УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ ТА НЕСТАБІЛЬНОГО ПОПИТУ

Хаїнська О.А., доктор культурології, професор
Лагутіна М.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: адаптація підприємств, готельно-ресторанний бізнес, воєнний стан, нестабільний попит, кризове управління, антикризова стратегія, цифровізація.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило серйозний удар по готельно-ресторанному бізнесу. У передвоєнний період ця сфера активно розвивалася завдяки зростанню внутрішнього та міжнародного туризму. Однак війна призвела до відчутного зниження попиту: втрачено довіру клієнтів, впала кількість туристів та загалом зросла економічна нестабільність. Багато підприємств тимчасового розміщення і харчування понесли значні фінансові втрати через зупинку туристичних потоків і обмеження пересування. В цих умовах адаптація до нових реалій стає нагальною потребою для забезпечення фінансової стійкості та виживання закладів галузі [1].

Через війну політична й економічна нестабільність в Україні зросла, що додатково ускладнило функціонування галузі. Дослідники відзначають, що ключовими наслідками попередніх криз (пандемії COVID-19) для готельно-ресторанного сегмента стали саме втрата довіри клієнтів,

зменшення туристичного потоку та збільшення фінансової нестабільності. Аналогічні загрози зумовила і поточна війна: військові дії на сході та півдні України змусили закрити багато готелів і ресторанів, а рестрикції значно знизили потік відвідувачів. Як наслідок, обсяги реалізації знизилися, а підприємства зазнали великих фінансових втрат. При цьому частина власників малого і середнього бізнесу вимушена переглядати стратегії розвитку, щоб хоч частково відшкодувати недоотримані доходи. Крім того, нестабільний попит проявляється у зміні структури клієнтів і їхніх потреб. Наприклад, обмеження на виїзд за кордон збільшили інтерес до внутрішнього туризму, тоді як частина бізнес-поїздок відклалася через кризу. У таких умовах готелям і ресторанам доводиться конкурувати за інших клієнтів.

Для подолання складнощів під час війни готельно-ресторанні підприємства застосовують комплекс заходів і нових бізнес-моделей. Основні напрями адаптації, визначені дослідженнями, включають: [2]

1. Розвиток бізнес-туризму. Через пандемію і війну зросла популярність дистанційної роботи. Тому готелі пропонують коворкінг-простори, високошвидкісний Wi-Fi, робочі зони з великою кількістю розеток та обладнані місця для відеоконференцій.

2. Сприяння внутрішньому туризму. У зв’язку з обмеженням закордонних поїздок значення набуло «домашнє» подорожування. Готелі та ресторани розробляють короткотермінові пакети відпочинку та розваг для місцевих жителів: організовують виїзні тури по регіону, екскурсії, СПА-пропозиції, сімейні зони, дитячі кімнати, тематичні майстер-класи тощо.

3. Цифровізація та контакт скрізь сервіси. Безконтактні технології стають обов’язковими. Багато закладів впроваджують мобільну реєстрацію гостей, онлайн-бронювання і безконтактні платежі через Apple Pay, QR-сканування меню, NFC-платежі тощо, використовують біометрію для доступу в номери. Цифрові сервіси не тільки підвищують безпеку, але й покращують клієнтський досвід і оптимізують роботу персоналу.

4. Персоналізація сервісу. Нові обставини потребують більше уваги до індивідуальних потреб гостей. Готелі й ресторани активно збирають інформацію про вподобання клієнтів та пропонують персональні сюрпризи.

5. Есенціалізм і локалізація пропозиції. У нових умовах загострюється інтерес до унікального місцевого досвіду. Підприємства розвивають напрямок «есенціалізму» – проводять тематичні екскурсії, майстер-класи та культурні заходи, що знайомлять гостей з традиціями регіону. Водночас мінімізують зайві витрати: наприклад, обмежують розкішні зручності там, де вони не критичні, замінюючи їх комфортом і безпекою.

Отже, війна створила для готельно-ресторанної сфери в Україні безпрецедентні виклики. Складні економічні умови й обмеження

пересування призвели до різкого коливання попиту і суттєвих фінансових втрат. Проте досвід адаптації останніх років показує, що підприємства здатні знайти нові ніші та формувати альтернативні моделі розвитку. Пріоритетом адаптації визначено розвиток внутрішнього та бізнес-туризму, активну цифровізацію сервісів, персоналізацію обслуговування та оптимізацію затрат.

Застосування креативних маркетингових рішень і оперативне управління фінансами допомагають пом'якшити удар кризи. Зокрема, пропозиція спеціальних турів та знижок для місцевих гостей, використання «віддалених» послуг, а також скорочення витрат при збереженні якості обслуговування сприяють підвищенню стійкості підприємств.

Список використаних джерел

1. Мітяєва Т.Л., Горішевський П.А. Війна та готельно-ресторанна сфера: виклики та адаптація. *Економіка та суспільство.* Вип. 62. 2024. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-146

2. Коваль О., Катюха Д. Стратегії адаптації готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення в Україні. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми.* 2025. №1. С. 72-78

УДК 640.4

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПІЦЕРІЇ В СПАЛЬНОМУ РАЙОНІ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Хаїнська О.А., доктор культурології, професор
Ящук В.В., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: піцерія, організація діяльності, конкурентоспроможність, сервіс, маркетинг, клієнтоорієнтованість, якість продукції, інновації, доставка, лояльність клієнтів.

У сучасних умовах розвитку ресторанного господарства відбуваються суттєві трансформації, пов'язані з посиленням конкуренції, змінами у споживчій поведінці та активним впровадженням інноваційних технологій. Особливої актуальності набуває ефективна організація роботи закладів харчування, розташованих у спальних районах, які орієнтуються на локального споживача та функціонують у межах обмеженої території.

Спальні райони характеризуються стабільною клієнтською базою, однак водночас мають специфічні особливості попиту: перевага швидкого обслуговування, доступної цінової політики, зручності розташування та можливості доставки. У зв'язку з цим організація роботи піцерії повинна

базуватися на глибокому аналізі потреб цільової аудиторії, її платоспроможності та споживчих уподобань.

Організація діяльності піцерії передбачає формування ефективної системи управління, яка включає визначення функціональних обов'язків персоналу, оптимізацію виробничих процесів та забезпечення належного рівня обслуговування. Важливим аспектом є чіткий розподіл ролей між працівниками: керівником, адміністратором, кухарями, обслуговуючим персоналом та працівниками служби доставки. Раціональна організація праці сприяє підвищенню продуктивності та зменшенню витрат часу на обслуговування клієнтів.

Суттєве значення має впровадження сучасних стандартів сервісу, що передбачають швидкість виконання замовлень, якість обслуговування, ввічливість персоналу та створення комфортної атмосфери у закладі. У спальному районі піцерія часто виконує не лише функцію харчування, а й соціального простору для спілкування мешканців, що зумовлює необхідність формування позитивного іміджу закладу.

Умови сучасного ринку вимагають активного використання інноваційних технологій у діяльності підприємств ресторанного господарства. Зокрема, застосування автоматизованих систем обліку, онлайн-замовлень, мобільних додатків, CRM-систем та цифрових платформ дозволяє оптимізувати бізнес-процеси та підвищити якість взаємодії з клієнтами. Важливим є також використання соціальних мереж як інструменту просування та комунікації з цільовою аудиторією.

Одним із ключових факторів забезпечення конкурентоспроможності піцерії є якість продукції. Використання свіжих і якісних інгредієнтів, дотримання технології приготування, розширення асортименту та впровадження авторських рецептів сприяють формуванню позитивного сприйняття закладу споживачами. Водночас важливо враховувати локальні смаки та адаптувати меню до потреб мешканців конкретного району.

Не менш важливим чинником є цінова політика підприємства. У спальних районах рівень доходів населення може бути середнім або нижчим за середній, тому ціни повинні бути доступними та відповідати співвідношенню «ціна–якість». Ефективним інструментом залучення клієнтів є використання системи знижок, акційних пропозицій, бонусних програм та програм лояльності.

Маркетингова діяльність піцерії повинна бути спрямована на формування стабільної клієнтської бази та підвищення впізнаваності бренду. Для цього доцільно використовувати локальну рекламу, співпрацю з іншими підприємствами району, участь у соціальних ініціативах, а також активну присутність у соціальних мережах. Особливу увагу слід приділяти формуванню позитивних відгуків клієнтів, оскільки рекомендації мають значний вплив на вибір споживачів.

Важливим напрямом розвитку піцерії у спальному районі є організація ефективної служби доставки. З огляду на сучасні тенденції,

доставка стає одним із основних джерел доходу закладів харчування. Швидкість, точність та зручність доставки безпосередньо впливають на рівень задоволеності клієнтів та їхню лояльність.

Крім того, важливим є постійне вдосконалення діяльності підприємства шляхом аналізу ринку, конкурентів та внутрішніх процесів. Впровадження інноваційних підходів, навчання персоналу, підвищення кваліфікації працівників та розвиток корпоративної культури сприяють підвищенню ефективності функціонування піцерії.

У сучасних умовах нестабільності та економічних викликів підприємства ресторанного господарства повинні демонструвати гнучкість та здатність до швидкої адаптації. Це передбачає впровадження нових форматів обслуговування, оптимізацію витрат, використання альтернативних каналів продажу та підвищення рівня клієнтоорієнтованості.

Таким чином, організація роботи піцерії у спальному районі є складним і багатогранним процесом, що потребує комплексного підходу. Підвищення її конкурентоспроможності можливе за умови ефективного управління, впровадження інноваційних технологій, забезпечення високої якості продукції, формування ефективної маркетингової стратегії та орієнтації на потреби клієнтів. Реалізація зазначених заходів дозволить підприємству не лише утримувати свої позиції на ринку, а й забезпечити стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Андрущенко В. П. Економіка підприємств ресторанного господарства. Київ: КНТЕУ, 2018. 256 с.

2. Бахтіярова Х. Ш., Арістова А. В., Волобуєва С. В. Інноваційні технології навчання: навч. посібник. Київ: НТУ, 2017. 172 с.

3. Головко О. М. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.

4. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. Київ: Держспоживстандарт України, 2004.

5. Капліна А. С. Маркетинг у ресторанному бізнесі: теорія і практика. Харків: Фоліо, 2020. 284 с.

6. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. 15-те вид. Київ: Хімджест, 2018. 720 с.

7. Мазаракі А. А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Київ: КНТЕУ, 2018. 400 с.

УДК 379.85:327:395:94(100)
ORCID https://orcid.org/0000-0003-1505-7483

КОНЦЕПТ «ВЕЛНЕС-ТУРИЗМ» У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ, КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: МІЖНАРОДНО-ПОЛІТИЧНИЙ, ОЗДОРОВЧО-АДАПТИВНИЙ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ ДИСКУРСИ

Ціватий В. Г., *кандидат історичних наук, доцент,*
доцент кафедри міжнародних організацій та дипломатичної служби,
Заслужений працівник освіти України,
член правління Наукового товариства історії дипломатії
та міжнародних відносин, дійсний член (академік) Української академії
геополітики та геостратегії, дійсний член Національної академії наук і
мистецтв України
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Ключові слова: велнес-туризм, валеологічний туризм, туристична дипломатія, валеологічна дипломатія, культурні та креативні індустрії, гостинність, діловий етикет, туристсько-рекреаційний простір, wellness-індустрія, Україна.

Інституціоналізація культурних і креативних індустрій в Україні та світі XXI століття постійно збагачується інноваціями та трендами у сфері туризму, культури, мистецтва і здоров'язбереження. Інноваційні стратегії розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу – це креативне поєднання, міжкультурне збагачення та синергія гостинності, сервісу, маркетингу та управління.

В умовах надзвичайних ситуацій, небезпек, збройних конфліктів і воєн туристсько-рекреаційний простір і комплекс велнес-туристичних ресурсів держави набуває особливої актуальності, як на національному рівні, так і на рівні міжнародному. Сучасний стан індустрії оздоровлення та системи соціально-психологічної реабілітації у світі та в Україні потребує свого нагального подальшого інституціонального розвитку [1].

Інституціональні процеси, пов'язані з розвитком міжнародного туризму в умовах війни та поствоєнний період мають важливе значення для соціокультурного адаптивного і психологічного відновлення соціуму. У цей період міжнародний туризм здійснює через áкторів міжнародних відносин відповідний інституціональний вплив на туристсько-рекреаційний простір і регіонально-туристичну політику держав світу, інституціонально є невід'ємною частиною туристичної індустрії світу та Європи в контексті впровадження велнес-туризму та інших оздоровчих технологій як в умовах війни, так і в поствоєнний період або в постконфліктних умовах [2, с. 196–208].

Метою даної роботи є аналіз можливостей велнес-туризму для розвитку територій у воєнних (поствоєнних), постконфліктних і пандемічних (постпандемічних) умовах глобалізованого світоустрою XXI століття. В умовах війни та поствоєнного часу – моделі інституціонального поєднання професійної психотерапії, авторських відновлювальних технологій в умовах цілющих ресурсів природи та адекватного екстриму відновлюють психологічні й духовні резерви індивіда. Інновації у велнес-туризмі, оздоровчому туризмі, характеризуються запровадженням ринку вдосконалених послуг інтелектуальної діяльності, які характеризуються більш новими споживчими та відновлювальними якостями, інституціями та технологіями.

Велнес-подорожі, або оздоровчий туризм, – це вид відпочинку, головна мета якого – заспокоїтися, набути стресостійкості, адаптуватися до тривожних психологічних умов та підтримати фізичне, психологічне, психічне та ментальне здоров'я. Інституціональна історія надає нам свідчення того, що питанням оздоровлення суспільство в будь-яких соціально-економічних умовах надавало важливого і пріоритетного значення. Перший письмовий запис терміна «велнес» зафіксовано в оксфордському словнику та датовано 1654 роком. У ній Арчібальд Джонстон зазначив: «Я благословив Бога за благополуччя моєї доньки» (in English: *«I ... blessed God ... for my daughter's wealnesse».* «Wellness» як антонім «illness» (хвороба) продовжує мати загальновживане значення слова до кінця XX – початку XXI століття [3, с.84–85]. У 1946 р. Всесвітня організація охорони здоров'я прийняла таке визначення концепту «здоров'я»: «здоров'я – це стан повного фізичного, психологічного та соціального благополуччя, а не тільки відсутність хвороби та фізичних дефектів». З цього визначення й почалася інституціональна історія сучасного концепту «wellness» як філософії здорового способу життя, валеологічних моделей і основ здоров'я індивідуума в умовах глобалізованого простору [4, с. 43–47].

Практика сьогодення підтверджує, що велнес позитивно впливає не лише на фізичне здоров'я людини, а й на емоційний, духовний, психологічний, ментальний стан людини (індивідуума). Сучасна велнес-індустрія має глобальні масштаби й стрімко розвивається, що може, певною мірою, сприяти інституціональному розвиткові територій, що постраждали під час війни, воєнних дій, збройних конфліктів, техногенних катастроф тощо. Увага до здоров'я – це не просто турбота про своє майбутнє, але й стиль життя, певний світогляд, а за певних умов – це і обумовлена психологічна та адаптивна необхідність. Ландшафтні рекреаційні ресурси України доволі багаті та різноманітні, тому ландшафтотерапія – це оздоровлення дією природної краси, шуму лісу, моря – є доволі перспективним напрямом розвитку українських курортів. Україна має всі природні передумови для розвитку wellness-індустрії [5].

Розвиток територій у воєнних і поствоєнних (постконфліктних) умовах є дуже складним інституціональним процесом, що пов'язано з великою кількістю конфліктогенних чинників, які його додатково ускладнюють. На превеликий жаль, у світі постійно спостерігаються конфронтація та напруга, що призводять до конфліктних ситуацій, що негативно позначається на здоров'ї місцевого населення. Адже саме на нього, перш за все, лягає навантаження щодо відновлення постраждалих від конфлікту територій, тому так важливо, щоб фізичний, психічний та емоційний стан людей був у нормі [6].

Згідно зі статистичними даними, як військові, так і цивільні особи страждають схожим набором психічних розладів і психологічних наслідків, викликаних екстремальною травмою, включаючи посттравматичний стресовий розлад, депресію, тривожність, залежність, соматизацію з хронічним болем, дисоціацію, психосоціальні дисфункції, суїциди, психічні розлади і т. д.

Воєнні конфлікти, збройні конфлікти, локальні війни, глобальні пандемії, терористичні акти та інформаційні війни, посилені засобами масової інформації, що технологічно розвиваються, – інтернетом і соціальними мережами, посилюють загальне відчуття нестабільності та занепокоєння, охоплюючи все ширші соціальні групи населення в усьому світі. Тому актуальним буде інституціональний розвиток велнес-індустрії та велнес-туризму на постконфліктних і схильних до глобальних катаклізмів територіях, оскільки це сприятиме загальному оздоровленню населення та створенню антидепресивних комунікативно-інформаційних публічних просторів, а також попередженню можливих проблем зі здоров'ям [7].

У своїй книзі «Foundations of wellness» («Основи велнесу») Б. Регер-Неш, М. Смітт, Г. Джакетт розкривають сутність концепту «велнес» стосовно здоров'я людини, як такий, що має досягатися або відновлюватися через запобіганням проблемам зі здоров'ям за допомогою власних сил без використання медикаментів. Гарне самопочуття – це індивідуальне прагнення, і ми несемо відповідальність за свій вибір, поведінку, комунікацію та спосіб життя, але на нього також значно впливає фізичне, соціальне та культурне середовище, в якому ми живемо, і повинні активно запобігати або вміти психологічно відстоювати свій позитивно-емоційний стан здоров'я [8, с. 25; 9, с. 109-130; 10, с. 36-46].

Отже, концепт «велнес-туризм» («wellness-туризм») є новою сферою у туристичному бізнесі та туристсько-рекреаційному просторі Європи та світу. Виникнення цього виду туризму пов'язано, насамперед з глобалізацією, розвитком техніки та технологій, ритмічністю міського життя у великих містах та мегаполісах, а також пов'язані із супутніми станами стресу та депресіями, зокрема – як наслідок воєнних дій. Велнес-туризм – це інноваційна складова туристичної дипломатії України в умовах поліцентричного світоустрою XXI століття.

Велнес – це відображення способу життя, засноване на формуванні емоційної гармонії душі та фізичного стану, це забезпечення фізичного, духовного та емоційного здоров'я, стиль та спосіб життя, який може комплексно задовольнити рекреаційні потреби сучасної людини як у стабільних, так і поствоєнних (постконфліктних) умовах сьогодення. Це перехід на новий інституціональний рівень розуміння якості життя, свідоме ставлення до себе, до свого психічного, емоційного та фізичного здоров'я.

Сучасні тенденції та перспективи розвитку в сучасному полікультурному середовищі стрімко оновлюють тренди у сфері культурних і креативних індустрій. Це притаманно усім їх напрямам. Сценічне мистецтво в просторі сучасних креативних індустрій інституціонально трансформується від традицій до перформансу. У цьому контексті валеологічний туризм як інноваційна інституція теж враховує новітні здоров'язбережувальні технології та тенденції, акцентуючи увагу на туристичних рекреаціях і фізичній активності індивідуума як основи фізичного виховання та спорту.

На сьогодні, активне та широке впровадження велнес-інновацій в соціокультурній сфері на постконфліктних територіях, безумовно сприятиме якнайшвидшому відновленню сил і здоров'я населення. Ці інституціональні процеси та інноваційні технології створять передумови для подолання наслідків і війни, і пандемії COVID-19. Тому велнес-туризм можна назвати одним із способів інституціонального розвитку територій, що постраждали від будь-яких глобальних катаклізмів, а також засобом усунення та попередження можливих проблем зі здоров'ям людини і суспільства в цілому.

Список використаних джерел

1. Yeung O., Johnston K. State of wellness H1'20 Report: investment and sector trends to watch. Global Wellness Institute, 2020. 162 p.

2. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм. *Соціальний ареал життя особистості.* К.: Ін-т соціології НАН України, 2005. С. 196–208.

3. Miller, J. W. Wellness: The History and Development of a Concept. *Spektrum Freizeit*. 2005. 1. P. 84-102.

4. Ціватий, В.Г. (2022). Дипломатичний протокол, церемоніал та етикет міжнародної ввічливості: модель, інструментарій і національні особливості сучасної дипломатії (теоретико-методологічний аспект). *Гуманітарний корпус. Збірник наукових статей.* Вінниця–Київ, с. 43–47.

5. Goeldner Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 9th ed. New Jersey: John Wiley & Sons Inc. 2003.

6. Global Diplomacy: An Introduction to Theory And Practice. Thierry Balzacq, Frédéric Charillon, Frédéric Ramel, Snow, W. (Translator). Paris, 2020. 344p.

7. Global Wellness Summit. Global wellness trends. 2020. URL: https://www.globalwellnesssummit.com/2020-global-wellness-trends/ (дата звернення: 19.03.2026).
8. Reger-Nash B., Smith M., Juckett G. Foundations of wellness. Human Kinetics, 2015. 256 p.
9. Ціватий, В.Г. Геополітична шахівниця в Центральній Азії XXI століття: дипломатія та азійський вектор зовнішньої політики провідних держав світу (теоретико-методологічний, геостратегічний та міжнародно-регіональний дискурси). *Теоретико-методологічні засади сучасних наукових досліджень: Колективна монографія.* Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2026. Розділ 4.1. С.109-130.
10. Ціватий В.Г. Концепт «дипломатична гурманістика» як інноваційна складова інституціональної моделі державного і дипломатичного протоколу, церемоніалу та етикету міжнародної ввічливості: креативний і теоретико-методологічний аспекти. *Креативний простір: Науковий журнал.* Харків: СГ НТМ Новий курс, 2026. Випуск 37. С. 36-46.

ORCID: 0000-0002-5378-7420
ORCID: 0000-0002-5619-3417

ВІРМЕНСЬКА ДІАСПОРА ТА ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ЧЕСЬКОЇ КОМПАНІЇ «MARLENKA»)

Хачатурян Неллі Р. науковий співробітник, кандидат історичних наук
Межлумян Марта, аспірант
Інститут археології та етнографії НАН РВ
Відділ досліджень діаспори

У доповіді розглядаються взаємозв'язки між формуванням діаспори, феноменами соціального фактора та внутрішнім туризмом у Чеській Республіці на прикладі вірменської громади та підприємницької діяльності Геворга Аветисяна – засновника всесвітньо відомої чеської кондитерської компанії «Марленка». Вірменська присутність на чеських землях стала помітнішою після розпаду Радянського Союзу на початку 1990-х рр., що зумовило виникнення порівняно нової діаспоральної громади, що проходить через процеси трансформації, динаміки ідентичності та соціальної інтеграції.

У подібних умовах ключові особистості відіграють значну роль у конструюванні колективної ідентичності та у посередництві між етнічною меншістю та приймаючою більшістю. Геворг Аветисян широко відомий як

найбільш значущий представник вірменської громади в Чеській Республіці та одночасно як один із провідних підприємців країни.

Виробництво «Марленки» у місті Фрідек-Містек розглядається як приклад того, яким чином підприємницькі ініціативи перетинаються із сучасними формами внутрішнього туризму. Майданчик сформувався як гібридний туристичний напрямок, що поєднує елементи індустріального туризму, гастрономічних практик, екскурсій фабрикою для туристів та шкільних груп, а також рекреаційну інфраструктуру, включаючи загальнодоступний парк для відпочинку. Подібні активності відображають актуальні тенденції внутрішнього туризму, орієнтовані на короткі поїздки, сімейні формати та освітнє дозвілля.

Поєднуючи підходи досліджень діаспор та туризму, робота показує, як локально вкорінені підприємства та впливові соціальні фактори серед діаспоральних спільнот можуть сприяти розвитку регіонального туризму, одночасно зміцнюючи наративи культурної інтеграції та соціальної згуртованості в рамках внутрішнього туризму.

УДК 640.4:659.126
ORCID: 0000-0003-1573-7710

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ахмедова О.О., доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Жарова А.Є, здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифрові технології, готельно-ресторанний бізнес, системи управління готелем, персоналізований сервіс, мобільні додатки, безконтактні технології.

Цифрові технології залишаються основним драйвером економічного зростання та умовою модернізації різних секторів економіки. Багато країн докладають значних зусиль для розвитку інформаційної інфраструктури та підвищення доступності цифрових послуг для населення, таких як послуги електронних платежів та електронної комерції, інтернет-торгівлі та Інтернету речей (IoT), краудфандингу, інтернет-банкінгу тощо. Вони також відіграють ключову роль у трансформації готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, у 2025 році близько 96% готелів світу інвестували у безконтактні технології, тоді як 76% підприємств вже планують впровадження штучного інтелекту. Використання цифрових систем дозволило підвищити ефективність операцій до 30% і зменшити навантаження на персонал до 70%. Водночас близько 77% гостей

віддавали перевагу автоматизованим сервісам, а понад 65% бронювань здійснювалося онлайн [1]. Це свідчить про те, що цифровізація стає ключовим чинником конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності.

В українській індустрії гостинності також спостерігається активна цифровізація. Зокрема, темпи впровадження цифрових технологій у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу зростають щорічно, що свідчить про їх високу ефективність та значущість для розвитку галузі. Найбільш поширеними інструментами є онлайн-бронювання, мобільні додатки, чат-

боти та безконтактні платежі. Водночас цифрові технології використовуються як інструмент планування подорожей у 78,7% випадків, що підкреслює їх ключову роль у взаємодії з клієнтами [2].

Цифровізація виробничих або управлінських процесів не обмежується звичайною автоматизацією внутрішніх процесів підприємства, оскільки передбачає перенесення частини роботи персоналу на програмне забезпечення. Завдяки такій оптимізації процесів підприємства сфери гостинності скорочують кількість дій, необхідних для виконання завдань, зменшують паперовий документообіг, кількість помилок, підвищують продуктивність персоналу.

Узагальнюючи досвід змін в інноваційній діяльності готельно-ресторанного бізнесу, можна визначити наступні технологічні тенденції в ресторанному бізнесі: технології великих данних, інтернет речей, доповнена реальність, чат-боти та месенджери, робототехніка, штучний інтелект, мобільні додатки тощо (рис. 1.1).

Рис. 1.1. Цифрові технології в готельно-ресторанному бізнесі

Джерело: узагальнено авторами на основі [1; 2; 3]

В умовах постійних викликів і швидких змін ресторатори та готельєри змушені максимально ефективно використовувати наявні ресурси, щоб зберегти життєздатність бізнесу, адже підприємства сфери гостинності особливо вразливі до наслідків війни. Зокрема, регулярні

відключення електроенергії, відтік молоді та скорочення частки платоспроможного населення змушують їх переглядати підходи до роботи з клієнтами, адаптувати операційну модель, активніше використовувати інформаційні технології у своїй роботі. Зараз майже неможливо представити заклад гостинності, що не має власного сайту, сторінки хоча б в одній соціальні мережі, QR-меню в ресторані, електронних платежів чи служби доставки.

Така потужна трансформація була б неможлива без розвиненого IT-сектору України, високого рівня проникнення інтернету та цифрової грамотності населення, особливо молоді і людей середнього віку. Державні ініціативи, зокрема амбітний проєкт «Держава в смартфоні», сформували сприятливе середовище для інновацій як у публічному, так і в приватному секторах. Ці зусилля доповнюються міжнародною підтримкою з боку глобальних технологічних компаній і культурним прийняттям цифрової стійкості на національному рівні.

Таким чином, цифрові технології в українському секторі гостинності є не просто інструментами модернізації, вони стали елементами стійкості, переосмислення бізнес-моделей і сталого розвитку. Колективний досвід галузі в умовах кризових потрясінь не лише прискорив упровадження цифрових рішень, а й заклав підґрунтя для формування більш розумної, гнучкої та глобально конкурентоспроможної екосистеми гостинності в Україні.

Список використаних джерел

1. Hospitality Statistics: Industry Trends and Data for 2025. URL: https://www.escoffier.edu/blog/world-food-drink/hospitality-industry-trends-and-statistics

2. Akhmedova O.O. Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2025. 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448

3. European Hotel Management School (EHL). (2024). Artificial intelligence in hospitality: Transforming service experience and efficiency. https://research.ehl.edu/hubfs/EHL-RESEARCH/Artificial-Intelligence-in-Hospitality-Transforming-Service-Experience-and-Efficiency.pdf

УДК 640.43:004.9
ORCID: 0000-0003-1573-7710

АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАНУ

Ахмедова О.О., доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Ковган А.О, здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: ресторанний бізнес, маркетинг, інструменти просування, цифрові технології, стратегія розвитку, конкурентоспроможність.

Ресторанний бізнес сьогодні розвивається в середовищі, де вибір споживача визначається не лише якістю кухні чи сервісу, а й ефективністю комунікації бренду з аудиторією. Інформаційна перенасиченість, швидка зміна трендів і зростання ролі цифрових каналів трансформують підходи до просування, змушуючи заклади шукати нові способи привернення та утримання клієнтів.

Фокус зміщується від традиційної реклами до створення цілісного клієнтського досвіду, у якому важливими стають емоції, візуальна складова, взаємодія в соціальних мережах та персоналізація пропозицій. У цих умовах просування ресторану перетворюється на комплексну систему, що поєднує маркетинг, бренд-стратегію та аналітику поведінки споживачів.

Просування ресторану є складовою маркетингової діяльності підприємства та включає систему заходів, спрямованих на інформування, переконання та стимулювання споживачів до відвідування закладу. У класичному розумінні воно базується на використанні комплексу маркетингових комунікацій, серед яких різні види реклами, PR, стимулювання збуту та особистих продажів [1].

Разом із тим сучасні підходи до просування виходять за межі традиційної моделі та передбачають інтеграцію онлайн- та офлайн-інструментів, формування бренду закладу та створення емоційного зв’язку з клієнтом. У сучасному ресторанному бізнесі можна виокремити низку ключових тенденцій, до яких можна віднести цифровізацію маркетингу, тобто активне використання соціальних мереж, онлайн-платформ і мобільних застосунків для комунікації зі споживачами; персоналізацію, що означає формування індивідуальних пропозицій на основі поведінки клієнтів; економіку вражень – створення унікальної атмосфери та емоційного досвіду; user-generated content (UGC) – використання контенту, створеного самими клієнтами; інфлюенсер-маркетинг – співпраця з блогерами та лідерами думок. В цілому, якщо ресторан має достатньо

ресурсів, ефективне просування буде включати поєднання різних каналів комунікації в єдину систему взаємодії з клієнтом [2].

В узагальненому вигляді найбільш популярні інструменти просування ресторану представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Інструменти просування ресторану

№	Інструмент	Сутність	Основна мета	Приклади використання
1	2	3	4	5
1	SMM (Social Media Marketing)	Просування через соціальні мережі	Залучення аудиторії та підвищення впізнаваності	Instagram, TikTok (cторіс, reels)
2	Контент-маркетинг	Створення візуального та текстового контенту	Формування іміджу бренду	Фото страв, відео, storytelling
3	Інфлюенсер-маркетинг	Співпраця з блогерами	Збільшення довіри та охоплення	Реклама у блогерів, огляди
4	SEO та Google Maps	Оптимізація онлайн-присутності	Підвищення видимості в пошуку	Google Business, відгуки
5	Email / месенджер-маркетинг	Прямі комунікації з клієнтами	Утримання клієнтів	Розсилки, акції, персональні пропозиції
6	Програми лояльності	Системи бонусів і знижок	Підвищення повторних відвідувань	Cashback, бонусні карти
7	Івент-маркетинг	Організація заходів	Створення досвіду та емоцій	Вечірки, дегустації
8	Партнерства та колаборації	Співпраця з іншими брендами	Розширення аудиторії	Спільні івенти, крос-промо
9	Онлайн-реклама (Ads)	Платне просування	Швидке залучення клієнтів	Meta Ads, Google Ads
10	User-generated content (UGC)	Контент від клієнтів	Підвищення довіри	Репости гостей, відгуки

Джерело: сформовано автором на основі [1–3].

Необхідно підкреслити, що важливим інструментом просування ресторанного бізнесу є створення якісного візуального контенту, який

демонструє інтер'єр закладу, асортимент страв та атмосферу обслуговування. Використання фотографій та відеоматеріалів сприяє формуванню емоційного зв'язку між брендом і споживачем та стимулює прийняття рішення щодо відвідування закладу [3].

Водночас важливим є не лише сам факт наявності візуального контенту, а й його якість, концептуальна цілісність та відповідність позиціонуванню закладу. Професійна зйомка, продумана композиція, кольорова гама та освітлення дозволяють підсилити сприйняття бренду та створити бажаний імідж у свідомості споживача.

Крім того, візуальний контент виступає ключовим елементом цифрової комунікації, оскільки саме він забезпечує перший контакт із потенційним клієнтом у соціальних мережах та онлайн-платформах. У цьому контексті особливого значення набуває регулярність публікацій, відповідність контенту актуальним трендам та інтерактивність, що сприяє залученню аудиторії.

Також доцільно зазначити, що використання відеоформатів, зокрема коротких динамічних роликів, дозволяє більш ефективно передати атмосферу закладу, процес приготування страв і сервіс, що підвищує рівень довіри споживачів. У результаті якісний візуальний контент не лише виконує інформативну функцію, а й стає потужним інструментом формування емоційного досвіду та конкурентних переваг ресторану.

Отже, ефективне просування ресторану базується на поєднанні цифрових технологій, креативних маркетингових інструментів та клієнтоорієнтованого підходу. Ключову роль відіграють соціальні мережі, персоналізація пропозицій та якісний візуальний контент, який формує емоційний зв'язок із брендом. Впровадження сучасних підходів до просування сприяє підвищенню конкурентоспроможності ресторану та забезпечує його успішний розвиток в умовах конкуренції і кризових явищ, зумовлених війною.

Список використаних джерел

1. Воляник Г., Марушко Н. Сучасні маркетингові стратегії у готельному бізнесі: інструменти залучення та утримання клієнтів. Економіка та суспільство. 2024. № 66. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-122.

2. Akhmedova O.O. Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2025. 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448.

3. Постова В. Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через

інтернет. Економіка та суспільство. 2022. № 36. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-47.

УДК 640.4:658.89
ORCID: 0000-0003-1573-7710

ПРОЄКТУВАННЯ СПОЖИВЧИХ ВРАЖЕНЬ У БАРНІЙ ІНДУСТРІЇ

Ахмедова О.О. доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Мнишенко Н. Б., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: споживчі враження, барна індустрія, барний досвід, проєктування вражень, автентичність, сенсорний дизайн, сторітелінг, крафтові напої, сервіс, маркетинг споживчого досвіду.

Сучасний бар пропонує не лише напої, а й комплексний керований споживчий досвід, який формується через просторове середовище закладу, взаємодію гостей із персоналом та культурні смисли, інтегровані у концепцію закладу. Це змінює логіку конкуренції. Вирішальними стають не окремі елементи такі як меню, інтер'єр чи ціна, а цілісна система вражень, яка формується на всьому шляху гостя від першого контакту до повторного візиту [1]. Відповідно, проєктування вражень у барі варто розглядати як інтеграцію трьох ключових сфер: сервісу, що визначає сценарії взаємодії з гостями; маркетингу, який формує ціннісну пропозицію та комунікацію закладу; і менеджменту, що забезпечує стандартизацію процесів, операційну відтворюваність сервісу та розвиток команди [2].

Історично барний досвід виріс із публічних просторів, де споживання було частиною соціальної тканини міста. Середньовічні таверни та корчми виконували функції комунікаційних вузлів, місць зустрічей і культурного обміну, а не просто точок харчування. У сучасній Європі ця спадкоємність проявляється у свідомому використанні історичного антуражу й автентичних напоїв як інструментів поглиблення залученості відвідувачів [3].

В українському сегменті барна культура також еволюціонує. Концептуальні винні й пивні бари поєднують локальні традиції та нові тренди. Важливий практичний висновок, який задає рамку для споживчих вражень полягає в тому, що оптимальною є не стилізація заради стилізації, а інтеграція елементів автентики в актуальну споживчу парадигму, де базові очікування гостя пов'язані із соціальною взаємодією та якістю напоїв [4].

Перша модель проєктування вражень у барі – це формування середовища вражень, тобто сукупності сенсорних, просторових і символічних факторів, які гість сприймає як атмосферу [2]. Нові дослідження демонструють, що люди зчитують середовище не елементами, а конфігураціями, і саме ці конфігурації впливають на формування лояльності і наміру повернутися [5]. Для бару це означає, що світло, звук, щільність посадки, тактильні матеріали, запахи, навігаційні знаки, візуальні коди бренду мають бути зібрані в узгоджений настрій, а не існувати випадковим набором рішень. Додатково посилюється роль мультисенсорності, адже поняття гостинності більше виграє від керування не лише візуальними, а й невізуальним каналами сприйняття. У барному контексті це прямо впливає на оцінку якості напою, тривалість перебування й готовність рекомендувати заклад.

Друга модель – це сервіс як сценарій і співтворення. Сучасне враження гостинності значною мірою створюється разом із гостем через участь, взаємодію та індивідуальні споживчі вибори в процесі обслуговування [4]. Бармен у цьому ланцюгу часто виступає культурним посередником між продуктом і гостем. Пояснює, радить, підбирає, формує смак і сенси. Дослідження craft-cocktail сегмента показує, що сторітелінг і персональний бренд бармена працюють як реальні механізми впливу на сприйняття та вибір гостя. Це дає конкретний управлінський висновок для керівництва, який полягає у тому, що навчання та професійний розвиток персоналу має включати не лише техніку приготування і подачі напоїв, а й комунікаційну компетентність, знання про походження та історію виникнення/створення напоїв, вміння коротко й доречно впроваджувати відповідні сенси у розповідь [5].

Третя модель – це маркетинг і менеджмент як архітектура цінності. Маркетинг, побудований на досвіді, у туризмі та гостинності все частіше описують як набір стратегій, що вбудовуються в бізнес-модель і дозволяють диференціюватися через досвід, а не через знижку [1]. Для бару це означає, що його позиціонування, меню, події, контент у соцмережах, партнерство з локальними виробниками, дизайн різних ритуалів подачі, репутаційна стратегія повинні говорити одним голосом. І управлінська складова у цьому контексті є критичною, адже враження має бути відтворюваним, а не залежати від випадкової зміни настрою чи іншого впливу. Саме тому сучасні підходи до управління клієнтським досвідом підкреслюють необхідність його системного опису та контролю як процесу з показниками якості, ролями команди і точками впливу [2; 3].

На перетині трьох моделей формується прикладна логіка проєктування вражень. Історичний і культурний компонент (наприклад антураж, автентичні напої, події) є найсильнішим тоді, коли він працює як підсилювач уже якісного продукту та сервісу, а не як його заміна.

Отже, розвиток культури споживання привів бар до нової управлінської реальності, коли досвід стає продуктом, сервіс

перетворюється на сценарій співтворення, маркетинг на конструктор смислів, а менеджмент на систему стабільного відтворення цих смислів у щоденній операційній роботі. Саме так проєктування вражень може стати практичним інструментом інноваційних стратегій у барній індустрії.

Список використаних джерел

1. Zhou, D., Marvi, R., & Foroudi, P. (2023). Embracing the paradox of customer experiences in the hospitality and tourism industry. *International Journal of Management Reviews, 26*(2). https://doi.org/10.1111/ijmr.12343
2. Belhaj, M., & Lehman, K. (2024). Conceptualising experiential marketing strategies in tourism and hospitality. *Tourism and Hospitality Research*, 1–13. https://doi.org/10.1177/14673584241310044
3. Ахмедова, О. & Мнишенко, Н. (2026). Роль середньовічної таверенної культури у формуванні сучасного барного досвіду в Україні та Європі. Київський національний університет технологій та дизайну, Україна. «Журнал стратегічних економічних досліджень» № 4(27), 2025 DOI: 10.30857/2786-5398.2025.4.3.
4. Yen, C.-H. (2023). Customer value cocreation behaviors in hospitality: Antecedents and mediators. *International Journal of Hospitality Management, 110*, 103456. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103456
5. Wagn, L., & Penner, S. (2024). A bartender, a brand rep and a customer walk into a bar: An exploration of the expert middleperson in the persuasion knowledge model. *Cogent Business & Management, 11*(1), 2340120. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2340120.

УДК 640.4:338.48:355.01

ORCID: 0000-0003-1573-7710

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Ахмедова О.О., доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Фатхуллоєва З. А., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, інновації, інноваційні стратегії, воєнний стан, сервіс, маркетинг, управління, цифровізація, стійкість.

Готельно-ресторанний бізнес, як і всі інші види бізнесу, розвивається в умовах глибоких трансформацій, зумовлених глобалізацією та швидким розвитком цифрових технологій. Під впливом цифровізації підприємства сфери гостинності стикаються зі зростанням конкуренції та зміною поведінки споживачів, що потребує впровадження інноваційних рішень

для підвищення ефективності діяльності. Водночас воєнний стан в Україні створює додаткові виклики, пов'язані з обмеженням мобільності населення, зниженням туристичних потоків і ускладненням логістичних процесів [1].

У цих умовах зростає актуальність безпечних сервісів, адаптованих до потреб клієнтів (зокрема внутрішнього туризму), а також цифрових інструментів для бронювання, доставки та безконтактного обслуговування. Це змінює очікування споживачів, адже посилюється значення безпеки та комфорту поряд із якістю обслуговування. Впровадження інноваційних стратегій розвитку дозволяє підприємствам адаптуватися до нестабільного середовища, підвищувати лояльність клієнтів і забезпечувати конкурентоспроможність [2].

Важливими стають і соціально відповідальні практики, зокрема підтримка місцевих громад і внутрішньо переміщених осіб, що формує позитивний імідж і підвищує стійкість підприємств [4].

Військовий стан створює комплекс викликів для готельно-ресторанного бізнесу. Серед основних проблем – скорочення туристичних потоків, дисбаланс у постачанні продукції, зростання витрат та зниження платоспроможності населення У відповідь підприємства змушені переглядати свою діяльність та оптимізовувати витрати, адаптувати формат обслуговування та асортимент послуг відповідно до змінених реалій ринку.

Одним із найефективніших напрямів адаптації готельно-ресторанного бізнесу є впровадження цифрових технологій, що трансформують традиційні підходи до організації роботи. Автоматизація бізнес-процесів (облік замовлень, управління запасами, контроль якості) підвищує продуктивність. Використання онлайн-бронювання, електронних меню, мобільних застосунків і безконтактних платіжних систем забезпечує зручність для клієнтів та пришвидшує обслуговування. CRM-системи дають змогу аналізувати поведінку клієнтів, сприяючи персоналізації послуг і підвищенню їх задоволеності. У воєнних умовах цифрові рішення також підвищують безпеку, зменшуючи фізичні контакти й оптимізуючи внутрішні процеси [1; 3].

Важливою складовою інноваційного розвитку є підвищення якості сервісу. Клієнтоорієнтованість передбачає не лише задоволення базових потреб, але й створення додаткової цінності через позитивний емоційний досвід. Це включає уважне ставлення до клієнта, швидкість обслуговування, індивідуальний підхід та комфортну атмосферу закладу. В умовах війни особливого значення набуває відчуття безпеки, яке може забезпечити підприємство. Рівень сервісу часто визначає лояльність клієнтів і їх готовність повертатися до закладу знову [2].

Маркетингова діяльність у готельно-ресторанному бізнесі зазнає суттєвих змін, із фокусом на цифрові канали комунікації, що включають соціальні мережі, мобільні додатки та онлайн-платформи. Якісний і

релевантний контент привертає увагу клієнтів і формує позитивний імідж підприємства. Важливу роль відіграє робота з відгуками, що безпосередньо впливають на репутацію закладу. Аналітичні інструменти дають змогу краще розуміти поведінку клієнтів і адаптувати маркетингові стратегії [4].

Ефективне управління є ключем до успішного функціонування підприємств. Інноваційні підходи включають гнучкі методи управління, стратегічне планування та сучасні системи аналізу. Управління ризиками мінімізує вплив зовнішніх факторів і забезпечує стабільність діяльності. Важливе значення має також розвиток персоналу, який є основним ресурсом для реалізації інноваційних стратегій [2].

Поєднання сервісу, маркетингу та управління виступає ключовим чинником розвитку готельно-ресторанного бізнесу, оскільки саме взаємодія цих складових забезпечує досягнення максимальної ефективності діяльності підприємства. У сучасних умовах недостатньо розвивати кожен з цих елементів окремо, важливим є їх комплексне поєднання та узгоджене функціонування. Такий підхід дозволяє підприємствам швидко адаптуватися до змін, мінімізувати ризики та зберігати стабільність функціонування.

Таким чином, розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізаційних викликів та воєнного стану базуються на комплексному підході, що передбачає інтеграцію сервісу, маркетингу та управління. Саме їх поєднання дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до сучасних умов, підвищувати конкурентоспроможність та забезпечувати сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Fedir Zhuravka, Natalia Nebaba, Olena Yudina, Svitlana Haponenko and Hanna Filatova (2023). The hospitality market in Ukraine: War challenges and restoration possibilities. *Innovative Marketing*, 19(1), 140-150. doi:10.21511/im.19(1).2023.12

2. Akhmedova, O., Prinko, Yu. (2025). Strategy formation for managing the development of hotel and restaurant enterprise. *Management*, 2(42): 77–88. https://doi.org/10.30857/2415-3206.2025.2.6.

3. Носирєв О. Вектори розвитку готельно-ресторанного і туристичного бізнесу в умовах трансформаційних процесів. *Соціально-економічні проблеми і держава* (електронний журнал). 2023. Вип. 1 (28). С. 3-16. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf

4. Ахмедова О. О. Напрями державної політики щодо підтримки внутрішньо переміщених осіб та мігрантів в умовах війни в Україні. № 2(32) (2025): Актуальні питання у сучасній науці / Серія «Державне управління», DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-2(32)-144-152

УДК 640.43:338.5
ORCID: 0000-0003-1573-7710

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ У РЕСТОРАНІ

Ахмедова О.О., доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Хижук С.В. здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: ціноутворення, ресторанний бізнес, цінова політика, собівартість, попит, конкурентоспроможність, споживча цінність.

Процес формування цінової політики в ресторанному господарстві є багатогранним аналітичним завданням, що поєднує в собі математичну точність фінансового менеджменту, глибинний аналіз ринкової кон'юнктури та складні психологічні механізми впливу на споживача. В умовах напруженої економічної ситуації 2022 – 2026 років ціноутворення перестало бути статичним актом нарахування відсотків на собівартість. Ціноутворення трансформувалося в інструмент стратегічного позиціювання, де ціна виступає головним комунікатором між брендом закладу та його цільовою аудиторією [1].

Основним базисом для розрахунків залишається управління собівартістю сировини, або показник фуд-косту, який у рентабельних моделях традиційно становить від 25% до 35% від кінцевої вартості страви. Однак сучасні дослідження вказують на значні зміни у підходах до ціноутворення, а саме те, що через високу інфляцію та нестабільність постачань ресторани дедалі частіше впроваджують моделі динамічного ціноутворення, що дозволяє оперативно коригувати меню відповідно до щотижневих змін закупівельних цін, мінімізуючи касові розриви та зберігаючи маржинальність [2].

Важливим аналітичним вектором у дослідженні чинників ціноутворення є інженерія меню, заснована на матриці Касавани-Сміта, відповідно до якої страви поділяють на 4 групи: зірки (мають високу популярність та високу прибутковість), робочі коні (мають високу популярність, але низьку прибутковість), загадки (мають низьку популярність, але високу прибутковість), собаки (мають низьку популярність та низьку прибутковість). Цей підхід дозволяє рестораторам приймати рішення не на основі інтуїції, а на базі чітких даних про популярність та прибутковість кожної позиції. Виокремлення страв-зірок, які мають високий попит і приносять максимальний прибуток, дозволяє закладу створювати фінансову подушку для утримання конкурентних цін на якірні позиції, таких як кава чи базові сніданки, що залучають основний потік гостей. Дослідження підтверджують, що такий баланс є ключовим для стабільності в умовах високої конкуренції [4].

Окрім витратної частини, на формування ціни суттєво впливає суб'єктивна цінність, яку отримує гість. У вартість страви закладається не лише вартість інгредієнтів та енергоресурсів, а й нагорода за певний досвід, що включає унікальність інтер'єру, рівень сервісу, акустичний комфорт та навіть особистий бренд шеф-кухаря. Психологічні дослідження споживчої поведінки демонструють, що клієнти готові платити на 15–20% більше за страви, які мають чітке ціннісне обґрунтування, наприклад, використання локальних фермерських продуктів або застосування інноваційних технік приготування [4].

Додатковим фактором, що радикально змінив структуру ресторанних чеків останніми роками, стала діджиталізація та масовий перехід у сегмент доставки. Комісійні витрати агрегаторів, що можуть сягати 30%, змусили заклади перейти до стратегії диференційованого ціноутворення [3].

Таким чином, ціна в ресторані являється результатом складного рівняння, де змінними виступають не лише вартість продуктів та праці, а й цифрові комісії, лояльність гостей до бренду та здатність закладу адаптуватися до швидких змін ринкового середовища.

У 2026 році ціноутворення в українському ресторанному секторі трансформувалося у динамічну систему, де ключову роль відіграють технологічна стійкість та соціальний капітал. Сьогодні вартість кожної страви обов'язково включає витрати на енергонезалежність та автономність закладу, що через амортизацію систем живлення та водопостачання зближує середній сегмент із преміальним. Це змушує бізнес фокусуватися на глибинному обґрунтуванні цінності для гостя [5].

Ефективна стратегія також базується на аналізі еластичності попиту: низька чутливість споживачів до цін на емоційні позиції (десерти, алкоголь) дозволяє застосовувати перехресне субсидування, утримуючи лояльні ціни на основне меню для збереження трафіку [1].

Паралельно з цим формується специфічна соціальна націнка, коли для поколінь Z та Alpha інвестиції закладу в екологію, благодійність, донати на підтримку воїнів є не здорожчанням, а підтвердженням спільних цінностей [5]. Таким чином, формування ціни у закладі ресторанного господарства є балансом між операційною незламністю під час війни, гнучким маркетингом та етичною відповідальністю бренду.

Список використаних джерел

1. Гастрономічні тренди та ціноутворення в ресторанному бізнесі. PostEat 2024. URL: https://posteat.ua/novosti-kiyv/

2. Як розрахувати фуд-кост і націнку в ресторані: повний гід. Poster POS: 2023. URL: https://joinposter.com/uk/post/food-cost

3. Akhmedova O.O. Organization of the food and beverage services in a hotel / Tourism and Hospitality in Conditions of Digital Economy:

Problems and Perspectives: monograph. Kharkiv : S. Kuznets KhNUE, 2023. – 233. (Розділ 6) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29797

4. Organisation of the Restaurant Industry : textbook : compiled by O. O. Akhmedova, O. A. Sushchenko. – Kharkiv : S. Kuznets KhNUE, 2019. – 185 p. (English). URL: http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22218

5. Трансформація споживчого кошика в ресторанах: що гості купують у 2026 році. URL: https://rau.ua/news/restaurant-consumer-basket-2026/

UDC 640.412:658.89
ORCID: 0000-0003-1573-7710

CUSTOMER LOYALTY FORMATION IN THE HOTEL INDUSTRY

Akhmedova O.O., Doctor of Sciences in Public Administration, Associate Professor, Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business,
Momot D.A. Bachelor of hotel and restaurant business
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: customer loyalty, hotel industry, service quality, customer satisfaction, relationship marketing, loyalty programs, hospitality management

Customer loyalty formation in the hotel industry is a key strategic objective, grounded in a combination of theoretical approaches that explain how guests move from one-time service use to repeat visits, recommendations, and an emotional connection with the brand. In the academic literature, several major theories and models are most commonly applied to analyse loyalty, including satisfaction theory, perceived value theory, the SERVQUAL model, and expectation confirmation approaches. In addition, contemporary concepts increasingly incorporate the principles of sustainable development and corporate social responsibility, as well as digitalisation and personalisation [1; 2; 3; 4].

Satisfaction theory and perceived service quality are key approaches to understanding how guest loyalty is formed in the hotel industry. The main idea is that guest satisfaction acts as an intermediary factor between perceived service quality, the value of the service, and the intention to use the establishment's services again or recommend it to others. This means that even if a customer considers a service to be high-quality and useful, without a positive experience that fosters emotional satisfaction, full loyalty will not develop [2].

The SERVQUAL service quality model is one of the most widely used methods for assessing perceived service quality in the hospitality and tourism industries. It is based on five key dimensions including reliability, which reflects the establishment's ability to fulfil promises accurately and on time;

responsiveness, that is, the staff's readiness to respond quickly to guests' needs; assurance, which includes employee competence and their ability to inspire trust; empathy, which determines the level of individual attention and understanding of customer needs; and tangibles, which include physical interior and exterior infrastructure, equipment, cleanliness, and the presentability of the premises [1].

Integrated loyalty models in the hotel industry combine several theoretical approaches to comprehensively capture the relationship between perceived service quality, perceived value, satisfaction, and customer loyalty. These models are based on the idea that satisfaction acts as a key mediator through which quality and value influence the intention to revisit and form brand loyalty [2].

In hospitality, guest satisfaction encompasses both rational and emotional aspects. Rational aspects include room cleanliness, furniture comfort, service speed and accuracy, food quality, and the functionality of technical services. Emotional aspects include the establishment's atmosphere, the friendliness and attentiveness of the staff, and small details that create a sense of care and a personalised approach. For example, staff who remember guest's preferences, greet them by name, or offer their favourite drink create additional emotional value, enhancing satisfaction. Similarly, a pleasant atmosphere in the lobby, background music, scents, or design details in the rooms enhance the emotional experience and reinforce a positive perception of the establishment [4].

Digitalisation allows guests to feel in control of the service process, reduces wait times, and provides personalised recommendations based on their previous visits and preferences. For example, mobile booking apps, online check-in, digital keys, chatbots, and in-room ordering systems significantly enhance convenience and reduce stress during a stay. This creates an additional sense of satisfaction and influences the guest's decision to revisit the establishment and to recommend it to others [3].

At the same time, sustainable practices are gaining increasing attention as a factor in building loyalty. Modern consumers are taking into account the environmental and social aspects of a hotel's operations when making decisions. In particular, energy-saving programs, waste sorting, the use of eco-friendly materials, and support for local producers not only meet guests' expectations but also add value and build trust in the brand. Guests tend to show loyalty to establishments that openly communicate their "green" practices and demonstrate the authenticity of these actions. It was also noted that guests' perception of a hotel's sustainable environmental, social, and economic practices is a key driver of loyalty, thus, when guests perceive sustainability claims as authentic and feel that these practices align with their values, their loyalty and intention to return increase [3].

Main theoretical concepts and approaches for building customer loyalty in the hotel industry are presented in Table 1.

Table 1.

Theoretical concepts for customer loyalty formation in the hotel industry

№	Concept	Content	Application in the Hotel Industry
1	2	3	4
1	Satisfaction theory (Perceived service quality)	Loyalty is built through guest satisfaction	Determines the extent to which the service experience meets expectations
2	SERVQUAL	Measuring perceived service quality across five dimensions (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical environment)	Assesses service strengths and weaknesses, setting priorities to increase loyalty
3	Expectation confirmation theory	Satisfaction increases if the experience meets or exceeds expectations	Explains why loyalty is formed after service consumption
4	Integrative models	Include functional, emotional, technological, and additional values as factors of loyalty	Identify which aspects of the guest experience most influence repeat visits
5	Digitalization and sustainable development	Technologies and sustainable practices enhance convenience, satisfaction, and trust	Demonstrates how automation, personalized services, and "green" practices influence customers' loyalty
6	Employee role approach	Internal service climate and staff attitudes determine the effectiveness of loyalty programs	Professionalism, commitment to the concept of loyalty, and attention to detail influence satisfaction and repeat visits

Source: compiled by author based on [1; 2; 3; 4]

Overall, customer loyalty in the hotel industry is built on a comprehensive combination of approaches: from assessing perceived quality and satisfaction to emotional experiences, digitalisation, and the internal service culture of personnel. This underscores the importance of an integrated approach, in which each component interacts with the others to ensure sustained behavioural and attitudinal loyalty among guests.

References

1. Anderson M. (2025). Understanding the impact of service quality on customer loyalty in the hospitality industry. *Business and Management.* Preprint. https://doi.org/10.20944/preprints202501.0082.v1

2. Nyagadza B. (2022). Effect of hotel overall service quality on customers' attitudinal and behavioural loyalty. Tourism Critiques. 3 (1): 42–71. https://doi.org/10.1108/TRC-12-2021-0026
3. Akhmedova O.O. Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. *Higher School of Social and Economic*. Przeworsk: WSSG, 2025. 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448
4. Adzinyo O. (2024). Service quality facets and hotel customer retention in Ghana: Evidence from the Volta Region. *Research in Business & Social Science.* Vol. 13(2). 72-83. DOI: https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i2.3162

UDC 338.48:659.126
ORCID: 0000-0003-1573-7710

TIKTOK AS A MARKETING TOOL FOR HOTEL PROMOTION

Akhmedova O.O., Doctor of Sciences in Public Administration,
Associate Professor, Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business,
Savina A.M. Bachelor of hotel and restaurant business
Kyiv National University of Technologies and Design

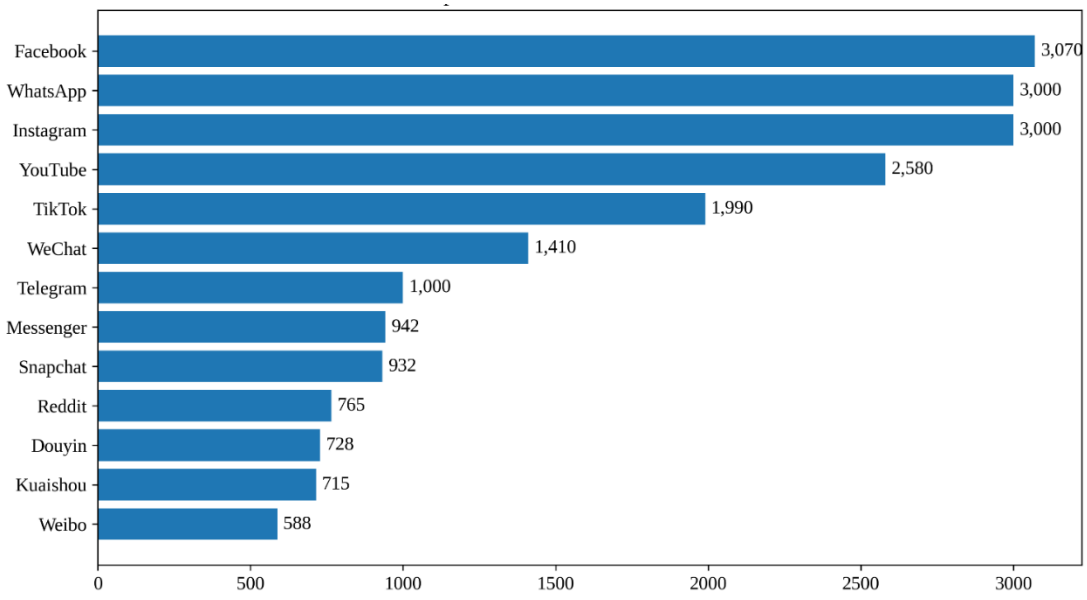
Keywords: TikTok marketing, hotel promotion, social media marketing, marketing tool, hospitality industry, digital marketing, tourism marketing

Social media platforms have become an integral part of everyday life, occupying a substantial share of users' time and significantly influencing communication patterns and consumer behaviour. The number of social media users is constantly growing, having achieved millions of monthly active users worldwide (Pic. 1), and nowadays TikTok is among the most rapidly growing global audiences. The application had around 1.990 million global users at the end of 2025, with projections estimating growth to approximately 1.9 billion by 2029. Within country rankings, the United States led with 135 million users, followed by Indonesia with 107 million and Brazil with 92 million [1].

In this context, hospitality enterprises are increasingly utilising social media platforms as effective tools for brand promotion and customer engagement. In particular, TikTok has emerged as a powerful digital marketing platform due to its dynamic content formats and extremely high user engagement [2]. Hotels and restaurants actively employ TikTok to promote their services and attract new visitors. Furthermore, it helps strengthen brand awareness because the platform's extensive, diverse user base includes individuals from various age groups, social backgrounds, and income levels,

creating significant opportunities for businesses in the hospitality industry. Therefore, TikTok represents a promising marketing channel that enables hotels and restaurants to reach potential customers, enhance their online visibility, and effectively promote their services within the digital environment [3].

Pic. 1. Most popular social networks worldwide as of October 2025, by number of monthly active users (in millions) [1].



While browsing the TikTok feed, users are typically exposed to visually appealing, engaging content that captures their attention as they scroll. When a particular video piques interest, potential customers often visit the creator's profile to explore additional content and learn more about the featured product or service. Through this process, creators of short-form videos can attract and engage potential customers, gradually directing their attention to a specific hotel brand and its offerings.

As an influential platform, TikTok became a destination for tourism promotion thanks to its highly engaging short-form video format and algorithm-driven content distribution. Unlike traditional advertising channels, TikTok enables tourism destinations and hospitality businesses to present authentic and visually appealing experiences that can quickly reach large global audiences. By showcasing short videos of landscapes, cultural attractions, local cuisine, and unique travel experiences, destinations can inspire potential tourists and shape their travel intentions. The platform's recommendation algorithm also increases the likelihood that engaging content will reach users beyond the creator's immediate followers, allowing destinations to gain visibility rapidly and, in some cases, achieve viral popularity [4].

For hospitality businesses such as hotels and resorts, TikTok provides an opportunity to integrate their marketing efforts with destination promotion. By highlighting the surrounding environment, local attractions, and leisure activities available to visitors, hotels can position themselves as part of a broader travel experience rather than simply accommodation providers. In addition, user-

generated content and collaborations with influencers further amplify the promotional impact, as travellers often trust authentic experiences shared by other users [5].

To effectively utilise TikTok as a marketing tool, hospitality businesses should develop a strategic approach that focuses on:

creating visually attractive and emotionally engaging short-form video content that showcases facilities, services, and unique experiences offered to guests; videos highlighting hotel interiors, room views, local attractions, and behind-the-scenes activities that help potential visitors better understand the atmosphere and quality of the hotel;

Emphasising destination-based storytelling by presenting nearby landmarks, cultural attractions, restaurants, and entertainment opportunities, hotels can promote not only their services but also the tourism destination itself, which allows hospitality businesses to position themselves as an integral part of the overall travel experience and to attract tourists who are searching for destination inspiration.

encouraging user-generated content and collaborating with influencers or travel bloggers on the TikTok platform; reviews, travel experiences, and authentic content created by guests or influencers can significantly increase brand credibility and audience trust;

consistent use of hashtags, trending sounds, and popular challenges to increase content visibility within TikTok's algorithm;

analysing user interactions, views, and audience demographics to understand customer preferences better and adapt their marketing strategies accordingly [4-6].

Overall, effective use of TikTok enables hospitality businesses to strengthen brand awareness, promote tourism destinations, and attract potential guests through engaging, visually appealing digital content.

References:

1. Statista. Official website, URL: https://www.statista.com/
2. TikTok. Official website, URL: https://www.tiktok.com
3. Yudha, A., Lestari, L., & Yasmin, A. (2025). The influence of social media marketing activities on hotel brand loyalty: The mediating role of customer engagement and brand trust on the Tiktok. *Diponegoro International Journal of Business*, *8*(2), 129-144. https://doi.org/10.14710/dijb.8.2.2025.129-144
4. Wengel, Y., Ma, L., Ma, Y., & Apollo, M. (2022). The TikTok effect on destination development: Famous overnight? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *37*, 100458. https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100458
5. Akhmedova O.O. Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. Higher School of Social and Economic. Przeworsk:

WSSG, 2025. 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448
6. Liu, C. (2024). The impact of TikTok short-video factors on tourists' behavioral intentions. PLOS ONE. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0315140

UDC 640.4:331.361
ORCID: 0000-0003-1573-7710

ENHANCING EMPLOYEES' PROFESSIONAL DEVELOPMENT IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Akhmedova O.O., Doctor of Sciences in Public Administration,
Associate Professor, Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business,
Serdiuk I.S. Bachelor of hotel and restaurant business
Kyiv National University of Technologies and Design

Keywords: hospitality industry; staff training; professional development; human resource development; hospitality management; employee competencies; service quality

The lack of a comprehensive legislative framework to regulate and standardise employee training and professional development makes it impossible to implement a well-balanced state policy for employee professional development. As a result, the skill levels of a significant number of employees in Ukraine do not meet the requirements of the modern market, and the system for improving staff qualifications and mechanisms for employee professional development require further improvement and state legal support [1]. Unlike some countries, which have relevant laws regarding the financial support of employee training, in Ukraine, the responsibility for funding such training rests solely with the employer. Therefore, a significant number of small and medium-sized enterprises, organisations, and companies are unable to upgrade their staff's qualifications to meet the growing demands of modern manufacturing and the service sector [1].

Thus, it is advisable to identify progressive ideas and proposals that merit the implementation of a comprehensive system for specialists' professional development within the context of continuing professional education for adults.

It is obvious that at the national level, a series of priority measures should be implemented regarding the professional development of specialists in any field of activity, including the domestic hotel industry, including improvements to the regulatory and legislative framework and the introduction of legally regulated financial support for employee training and professional development.

Having analysed the experience of some famous hotel chains in professional employee development, recommendations for improving the professional development of specialists at the organisational and top-management levels have been developed (Fig. 1).

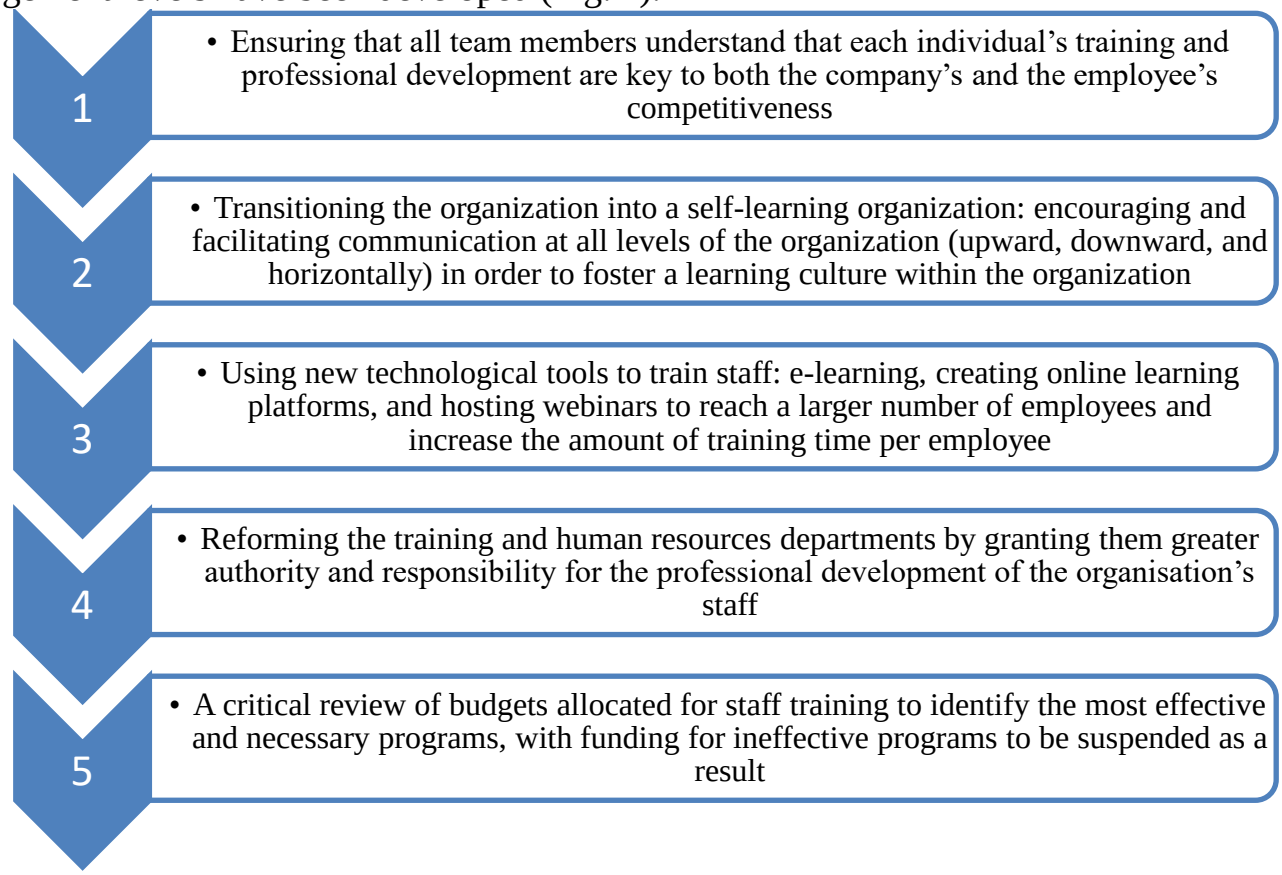


Fig. 1. Ways to improve training and professional development for hotel staff [2; 3; 4; 5].

Based on the literature studied [1-5], the following propositions for all team members of the domestic hotel enterprises are proposed:

formalise the establishment of a staff training and professional development system in internal regulatory documents, specifically in the hotel's HR policy or staff training regulations, which should address the following issues (who to train; what to teach; how to teach; how to evaluate training effectiveness);

ensure that training programs and their objectives align with the company's strategic goals. Since training requires employees to clearly understand the role of training and professional development in enhancing their competitiveness and, consequently, the company's competitiveness, programs must be designed with the company's competitive advantages in mind;

emphasise the benefits of training by demonstrating the existing system for recruiting employees, retaining them within the company, and fostering their career growth through the educational opportunities offered by the hotel enterprise or the corporation;

account for the demands of society and the labour market, as well as the characteristics of the generation that dominates it, i.e., focus on the socialisation of staff training and professional development;

ensure that employee training covers such important topics as workplace safety, first aid, fire safety regulations, sanitation and hygiene standards, as well as other topics specified in regulatory documents;

promote and widely implement the exchange of experience, cross-training, and all types of employee rotations;

consistently and creatively utilise the significant educational potential of informal learning and employee self-education, keeping in mind that there is no one-size-fits-all formula for training and professional development;

develop and implement a wide range of educational opportunities for team members, ranging from training outside the organisation to on-the-job training and training within the organisation itself, and from training focused on the long term to short-term courses and workshops designed to address specific issues in the organisation's operations;

when designing training programs, focus primarily on future development rather than on correcting shortcomings, that is, implement the principles of foresight and openness;

ensure that staff professional development is socially oriented, meaning they have a positive social impact on the community in which they operate;

develop partnerships with external educational institutions to expand educational opportunities for staff training and professional development;

maintain the necessary balance between theory and practice, developing not only technical and operational skills but also general competencies and soft skills, including the development of managerial qualities even for non-managerial positions, such as critical thinking, the ability to make responsible decisions and be accountable for them, and so on.

To sum up, it is worth noting that the components of professional development, such as training, retraining, and continuing education, are of great importance to individuals and their roles in society and the workplace. They ensure the continuity and consistency of education. In other words, employees have the opportunity to develop professionally, acquire new knowledge, and improve their skills and abilities throughout their lives. They become competitive and adaptable, which meets the demands of scientific and technological progress and market conditions.

References

1.Хорошун І.В., Ахмедова О.О. Розвиток системи мотивації персоналу готельного підприємства. Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій: збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції / ред: Л.П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с.

2.Utete, R. (2024). Tackling the hospitality industry's contentious issue of employee retention: A close look into the influence of staff training. Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 23(2), 245–265. https://doi.org/10.1080/15332845.2024.2282213
3.Akhmedova O.O. Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. *Higher School of Social and Economic*. Przeworsk: WSSG, 2025. 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448
4.Gilbert R. A. Strategic Innovation in U.S. Hotel Companies: HSMAI Special Report. HSMAI, 2020. 19 p. URL: https://info.ehl.edu/hubfs/Blog-EHL-Insights/Documents-EHL-Insights/HSMAI%20Special%20Report_St2020HotelCompanies.pdf
5.Liu, B., Li, F., Liu, Z., Qu, X., & Men, C. (2023). To voice or not to voice? Employee caring practice, employee gratitude, and positive reciprocity norm in the hospitality industry. International Journal of Hospitality Management, 114, 103571. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103571

УДК: 338.48:008:304.2
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2405-4666

СИНЕРГІЯ ТУРИЗМУ, ГОСТИННОСТІ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ У МЕРЕЖІ КРЕАТИВНИХ МІСТ ЮНЕСКО: ДОСВІД МІСТА ХАРКОВА

Богайчик Ю.В., доктор філософії,
доцент кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу» Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Ключові слова: креативні індустрії, туризм, гостинність, муніципальна дипломатія, ЮНЕСКО, креативні міста, Харків, штучний інтелект.

У сучасних умовах глобалізації та трансформації міських економік зростає роль синергії туризму, сфери гостинності та креативних індустрій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності міст. Особливого значення набувають міжнародні мережі співпраці, які забезпечують обмін знаннями, інноваційними практиками та сприяють формуванню сталих моделей розвитку територій та дестинацій.

Однією з провідних платформ такої взаємодії є мережа креативних міст ЮНЕСКО, яка об'єднує понад 350 міст із більш ніж 100 країн світу [1]. Мережа спрямована на інтеграцію культури та творчості у стратегії

міського розвитку, зокрема, через розвиток туризму, культурних індустрій та креативної економіки.

Синергія туризму, гостинності та креативних індустрій проявляється у створенні інноваційних туристичних продуктів, розвитку подієвого туризму, культурних заходів та креативних просторів. Це сприяє не лише економічному зростанню, а й формуванню унікального бренду міста та підвищенню його міжнародної привабливості [5; 6]. Як зазначають українські дослідники, креативні індустрії виступають важливим чинником розвитку культурного та спеціалізованого туризму, забезпечуючи формування нових туристичних продуктів і досвідів [8; 9; 10].

Важливим інструментом реалізації цієї синергії виступає муніципальна дипломатія, яка забезпечує розвиток партнерських зв'язків між містами та сприяє реалізації спільних культурних і туристичних проєктів.

Практичний інтерес становить участь представників міста Харкова, що має статус «Місто музики ЮНЕСКО», у XVII Щорічній конференції мережі креативних міст ЮНЕСКО, яка відбулася 23–24 червня 2025 року в місті Ангєн-ле-Бен (Франція) [2]. Конференція була присвячена темі «Культура та штучний інтелект: формування майбутнього креативних міст ЮНЕСКО» та об'єднала представників міст, міжнародних організацій і експертного середовища.

На відміну від традиційних міжнародних заходів, конференція мала виражений практико-орієнтований характер і була спрямована на вироблення конкретних підходів до інтеграції штучного інтелекту у сферу культури, туризму та креативних індустрій. Обговорення засвідчили, що AI поступово стає інструментом не лише технологічного розвитку, але й трансформації культурного досвіду, туристичних продуктів та моделей взаємодії з аудиторією.

Зокрема, у межах тематичних сесій було акцентовано увагу на можливостях використання AI для персоналізації туристичного досвіду, створення нових форматів культурного контенту, підвищення доступності культурних продуктів та розвитку цифрових креативних індустрій.

Водночас, конференція торкнулася та підкреслила необхідність дотримання етичних принципів використання штучного інтелекту, що відповідає Рекомендаціям ЮНЕСКО щодо етики AI [3], а також важливість збереження культурної автентичності в умовах цифровізації.

Аналітичним результатом участі у конференції є розуміння того, що синергія туризму, гостинності та креативних індустрій у сучасних умовах набуває нової якості – через інтеграцію цифрових технологій та штучного інтелекту. Це формує передумови для переходу від традиційних моделей туристичного обслуговування до інноваційних, орієнтованих на досвід, взаємодію та креативність.

Для українських міст, зокрема Харкова, ці передумови передбачають необхідність інтеграції цифрових технологій у туристичну та культурну інфраструктуру, розвитку креативних цифрових продуктів, використання міжнародних мереж як платформи трансферу знань і практик та активізації участі у спільних міжнародних проєктах.

Особливої уваги заслуговує аспект взаємозв'язку між технологіями, культурою та сталим розвитком. Так, наприклад, учасники XVII Щорічної конференції мережі креативних міст ЮНЕСКО обговорювали потенціал AI у підвищенні туристичної привабливості міст, створенні нових форматів культурного досвіду та розширенні аудиторії культурних продуктів. У цьому контексті українські науковці також підкреслюють зростаючу роль креативної економіки як драйвера розвитку туристичної галузі та інноваційних трансформацій міських просторів [11; 13].

Підкреслюючи важливість імплементації практичної складової у міжнародні заходи, варто зазначити доцільність міжміських обмінів, зокрема під час Creative Cities Fair, де міста презентували власні практики розвитку креативних індустрій і туризму, а також налагоджували партнерства. Такі заходи, безумовно, сприяють формуванню спільних проєктів, розвитку культурної дипломатії та посиленню міжнародної взаємодії.

У межах підмереж (зокрема «Музика») особливим акцентом виступає розгляд питання розвитку музичних екосистем міст, підтримки креативних індустрій та інтеграції культурних подій у туристичні стратегії дестинацій. Це має безпосереднє значення для Харкова, як міста музики ЮНЕСКО. Дослідження українських авторів також акцентують увагу на важливості розвитку креативних міст як центрів культурних інновацій і просторового розвитку [12].

Окрему роль у роботі конференції відіграли стратегічні дискусії щодо майбутнього мережі, зокрема реалізація Маніфесту Браги та підготовка до конференції MONDIACULT 2025 [4]. У цих документах підкреслюється необхідність визнання культури як окремої цілі сталого розвитку, що відкриває нові можливості для інтеграції туризму та креативних індустрій у глобальні політики.

Так, беззаперечно можна резюмувати, що участь у подібних міжнародних заходах сприяє розвитку муніципальної дипломатії, розширенню міжнародного співробітництва, впровадженню інноваційних практик у сфері туризму та креативних індустрій, а також підвищенню міжнародного іміджу міста, що є очікуваним результатом для більшості дестинацій та територій.

Для міста Харкова участь у мережі креативних міст ЮНЕСКО є важливим інструментом розвитку креативної економіки, підтримки культурних ініціатив та інтеграції у глобальні процеси. В умовах сучасних викликів це також створює передумови для післявоєнного відновлення міста через розвиток туризму, культури та інноваційних індустрій [7].

Важливо зазначити, що участь у заходах такого формату та масштабу, наразі, сприяє, в тому числі, можливості дестинацій презентувати свій потенціал та сучасний стан для світової спільноти, це забезпечує додаткову платформу взаємодії та співробітництва.

Таким чином, мережа креативних міст ЮНЕСКО виступає ефективною платформою для формування синергії туризму, гостинності та креативних індустрій, що сприяє сталому розвитку міст, посиленню їх міжнародної ролі та впровадженню інноваційних підходів до управління міським розвитком.

Участь у XVII Щорічній конференції мережі креативних міст ЮНЕСКО підтверджує, що майбутнє розвитку туризму та креативних індустрій визначається не лише ресурсами територій, але й здатністю міст інтегрувати інновації, будувати міжнародні партнерства та адаптувати глобальні практики до локальних умов. Для України це відкриває можливості формування нової моделі відновлення міст, у якій культура, туризм і креативні індустрії виступають ключовими драйверами сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. UNESCO Creative Cities Network. About the Creative Cities Network. URL: https://en.unesco.org/creative-cities (дата звернення: 24.03.2026).

2. UNESCO. Culture and Artificial Intelligence: Shaping the Future of UNESCO Creative Cities: XVII UCCN Annual Conference, Enghien-les-Bains, 23–24 June 2025. Programme document.

3. UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: UNESCO, 2021. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137 (дата звернення: 24.03.2026).

4. UNESCO. Creative Cities Braga Manifesto: A Culture Goal for Sustainable Development. Braga, 2024. URL: https://en.unesco.org/creative-cities/events/braga-manifesto (дата звернення: 24.03.2026).

5. Richards G. Cultural Tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management. 2018. Vol. 36. P. 12–21.

6. UNWTO. Tourism and Culture Synergies. Madrid: World Tourism Organization, 2018. URL: https://www.unwto.org/publication/tourism-and-culture-synergies (дата звернення: 24.03.2026).

7. OECD. Culture and Local Development: Maximising the Impact. Paris: OECD Publishing, 2018. URL: https://doi.org/10.1787/9789264295579-en (дата звернення: 24.03.2026).

8. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48.

9. Васильєва О., Домашенко С., Каптюх Т. Спеціалізований туризм як система креативних індустрій. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50.

10. Миронов Ю., Свидрук І. Теоретичні та практичні аспекти розвитку креативного туризму. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 36.

11. Олійник Л., Трегубов О., Клочковська В. Креативна економіка як фактор розвитку туристичної галузі: світові практики та перспективи для України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65.

12. Нємець О. Гуманітарно-географічне дослідження креативних міст: глобальний та національний контекст. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2025.

13. Чайка Т., Якименко-Терещенко Н., Холодок В. Креативні індустрії, креативний туризм, креативні екскурсії: взаємозв'язок понять і перспективи розвитку. 2025.

УДК 338.488.2:640.43
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-0486-9462

МЕНЕДЖМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Демків Ю. М. кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного менеджменту
Державний торговельно-економічний університет

Ключові слова: управління, міжнародний менеджмент, конкурентна політика, ресторанний бізнес, глобальний ринок, інноваційні практики

Сучасний глобальний ресторанний бізнес функціонує в умовах перманентної кризи та надзвичайно високої турбулентності. У 2024-2025 роках менеджмент конкурентної політики вимагав від рестораторів не просто реагування на зміни, а проактивного формування нових ринкових ніш. Як зазначають дослідники, проактивна поведінка на початку кризи приносить значно кращі результати, ніж оборонна стратегія [1, с. 26; 2, с.96; 3, с.373].

Сьогодні конкуренція перемістилася з площини "їжа vs їжа" у площину "досвід vs досвід" та "ефективність vs ефективність". Сучасні цілі глобального менеджменту фокусують основні напрями, які формують управління конкурентним статусом сучасного ресторанного підприємства.

По-перше, це стратегія управління конкурентоспроможністю через якість та інновації, де фігурують класичні фактори конкурентоспроможності - якість їжі, ціна, сервіс, що залишаються базисом, однак їхнє наповнення змінилося. Згідно з дослідженням методів

оцінки конкурентоспроможності, ключом до успіху є створення унікального бренду та інноваційність [2, с.97]. На практиці це реалізується в технологічності сервісу та використанні для операційних задач штучного інтелекту [3, с.374].

Другий напрям – це формування унікальної пропозиції з девізом: «Від ферми до столу», або «Ваша етнічна кухня». Глобалізація надзвичайно підсилила попит на локальність. Сучасна конкурентна політика неможлива без чіткої ідентичності закладу [3, с.375-376].

Безумовним елементом конкурентної політики є - емоційний менеджмент.

Доцільно враховувати, що сучасний споживач (особливо в Україні та Європі) йде до ресторану не стільки за їжею, скільки за емоціями. Це зміщує акценти в менеджменті. Відтак, атмосферність та подієвість в рамках літературних вечорів, стендапів, дегустацій або, наприклад, традиційні методи приготування, як то відкритий вогонь, мангали, хоспери, ферментація додають ефекту та перетворюють заклад на важливе місце (після дому та роботи) для соціалізації та зняття стресу [3, с.377-379].

Важливим питанням також постає кадровий менеджмент та лідерство як конкурентна перевага [4]. В сучасному світі глобальний дефіцит кадрів (міграція, мобілізація, низький престиж професій) змушує переглядати підходи до управління персоналом.

Враховуючи сучасні виклики та постійні зміни наступний напрям стає дуже актуальним: адаптація бізнес-моделей. Мова про гнучкість форматів. Управління конкурентною політикою в глобальному вимірі вимагає готовності змінювати саму бізнес-модель. Кризи (ковід, економічні спади, військово-політичні конфлікти) навчили рестораторів саме гнучкості [1, с. 28].

До сучасних форматів зниження ризиків та розширення ринку, як напрямів менеджменту конкурентної політики, доцільно також віднести Dark Kitchens (темні кухні), де заклади, що працюють виключно на доставку, мінімізують витрати на оренду та персонал зали. Також яскраві приклади реалізації стратегій: Food Halls (об'єднання кількох концепцій під одним дахом дозволяє задовольнити потреби різних груп клієнтів одночасно) та Pop-up проекти (тимчасові ресторани для тестування нових концепцій без довгострокових інвестицій) [1, с. 29].

Отже, менеджмент конкурентної політики у глобальному ресторанному бізнесі у 2026 році — це управління на стику технологій, емоцій та ефективності. Конкурують вже не меню, а бізнес-моделі. На глобальному ринку ресторатор для перемоги в конкурентній боротьбі має виступати одночасно як технологічний оптимізатор, куратор вражень, локальний патріот та гнучкий стратег [5]. Саме синтез цих ролей формує стійку конкурентну політику, здатну витримувати виклики глобального ринку.

Список використаних джерел

1. Стегней М. І., Нодь О. Л., Бергхауер О. О., Кампов Н. С. Трансформація готельно-ресторанного обслуговування в умовах цифровізації. Український журнал прикладної економіки і технологій. 2024. № 9(3). С. 26-29. DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-4
2. Бойко В. О., Бойко Л. О. Український ринок HoReCa в умовах воєнного стану та його ревіталізація. Таврійський науковий вісник. 2023. № 16. С. 96–99. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.12
3. Яблонь В., Стефанишин Л. Напрями зміцнення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. Development Service Industry Management. 2025. № 2. С. 373-378. DOI: https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10(50)
4. Круковська О. В. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2024. № 1 (11). DOI: https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.2
5. Рябенька М. О., Постова В. В. Сучасні аспекти управління в закладах готельного та ресторанного бізнесу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 13. DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-13-12-01

УДК 338.48-44(28)(477.53)-025.27
ORCID ID: 0000-0003-3997-4788
ORCID ID: 0000-0002-5855-4319

УМОВИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРІВ ВОДНОГО ТУРИЗМУ НА ПОЛТАВЩИНІ

Єрмаков В.В., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри географії, методики її навчання та туризму
Сарнавський С.П., кандидат географічних наук,
доктор філософії з наук про Землю, старший викладач
кафедри географії, методики її навчання та туризму
Полтавський національний університет імені В.Г. Короленка

Ключові слова: туристичний кластер, Полтавщина, водний туризм, кластерна парадигма, функціональна структура туристичних кластерів, рекреаційно-туристична діяльність.

Полтавщина має значний потенціал для розвитку водного туризму завдяки густій мережі річок та інших водних об’єктів, мальовничим природним ландшафтам та багатій культурно-історичній спадщині. Водночас ефективне використання цих ресурсів потребує створення кластерів - об’єднань підприємств, організацій та інституцій, які спільно

працюють над розвитком туристичної індустрії, що підвищує конкурентоспроможність регіональних туристичних систем [1;5]. Кластерний підхід дозволяє забезпечити конструктивну взаємодію між бізнесом, владою та місцевими громадами, що є ключовою умовою сталого розвитку регіону.

Для наукових туристських досліджень використовується кластерна парадигма із системним і кластерно-домінантним підходами. Вони передбачають важливу роль географічних досліджень на усіх етапах роботи: від оцінки конкурентних переваг території, планування туристичних кластерів, визначення кластерних домінант до формування туристичних маршрутів і планування потоків. Визначний об'єкт природного або антропогенного походження (домінанта) сприяє формуванню навколо себе певного кластера. У цьому випадку при формуванні кластерів водного туризму можуть виступати безпосередньо самі водні об'єкти, як осередки територіальної організації рекреаційно-туристичної діяльності [2;3]. Але при цьому на відміну від інших кластерів виробничого типу головною умовою розвитку туристичного кластера є його маршрутна територіальна організація, тобто наявність або поява певних маршрутів і пов'язаних з ними туристичних потоків [4, с. 353, 420]. Саме вони пов'язують між собою туристичні об'єкти, виступаючи співзалежними елементами системи. Тому туристичний кластер визначається як «система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення «основного продукту» кластера – туристського продукту» [4, с. 420]. З цих позицій туристичний кластер являє собою сукупність різних підприємств, установ, організацій на певній території, які безпосередньо чи опосередковано залучені у наданні туристичних послуг та спільно використовують ресурси, інфраструктуру, робочу силу.

У функціональній структурі туристичних кластерів виокремлюються такі основні елементи, як сектор виробництва спеціалізованих туристичних послуг (турфірми з відповідним турпродуктом), сервісний сектор, сектор забезпечення життєдіяльності в межах туристичного кластера та допоміжний сектор.

Кластери водного туризму на Полтавщині можуть стати потужним інструментом розвитку регіональної економіки та рекреаційно-туристичної сфери. Основні умови їх формування включають природно-географічні особливості території, інфраструктурне забезпечення, партнерство бізнесу й влади, а також маркетингову стратегію просування. Річкова мережа Полтавщини (Дніпро з лівими притоками Сулою, Пслом, Ворсклою, Оріллю) та інші види водних об'єктів створюють сприятливі умови для сплаву, риболовлі, екотуризму та різним формам відпочинку на воді. Кліматичні умови території (помірно м'який клімат) дозволяють організовувати водний туризм з весни до осені. Ландшафтні ресурси

території у вигляді мальовничих берегів, лісових масивів і заповідні території сприяють формуванню привабливих дестинацій і маршрутів для туристів. Крім того, багата культурно-історична спадщина, подієві заходи можуть інтегруватися у водно-туристичні маршрути.

Інфраструктурні умови включають загальну транспортну доступність, спеціалізовану туристичну інфраструктуру (бази відпочинку, кемпінги, готелі, заклади харчування поблизу річок) та інноваційні рішення щодо створення пунктів прокату човнів, каяків, катамаранів; облаштування причалів та інформаційних центрів. Принцип партнерства бізнесу та влади у формуванні кластерів передбачає співпрацю туристичних компаній, місцевих органів влади, освітніх закладів та громадських організацій у тому числі з метою залучення додаткових інвестицій і розвитку кадрового потенціалу галузі. Маркетингові та організаційні умови знаходяться у площині формування позитивного іміджу водного туризму в регіоні, брендінгу та використання цифрових технологій для бронювання турів і створення інтерактивних карт маршрутів.

Отже, формування кластерів водного туризму на Полтавщині можливе за умови комплексного використання природних ресурсів, розвитку інфраструктури, залучення інвестицій та створення партнерських мереж. Це дозволить підвищити туристичну привабливість регіону, стимулювати економічний розвиток, зберегти культурну спадщину та забезпечити сталий розвиток територій.

Список використаних джерел

1. Голод А. П., Крижанівський Т. Я., Душар О. І. Розвиток туристичних кластерів як стратегічний напрям регіональної політики. *Економіка та суспільство.* Випуск 70. 2024. URL: DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-182

2. Єрмаков В. В. Комплексне використання внутрішніх вод Полтавської області як об’єктів туризму і рекреації. *Географія та туризм.* 2018. Вип. 45. С. 90-99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2018_45_11.

3. Єрмаков В. В., Сарнавський С. П., Помаз В. Ю. Водні об’єкти Полтавської області як рекреаційно-туристичний ресурс та умови його використання. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка.* 2025. 20 (40). URL: https://doi.org/10.33296/2707-0654-20(40)-09

4. Колотуха О., Колотуха І. Географія спортивного туризму та активної рекреації України: Монографія. Харків: Мачулін, 2021. 436 с.

5. Охріменко Г. І. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку. *Університетські наукові записки.* 2013. №1 (45). С. 495-500. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2013_1_70.

УДК 640.4:004.9

РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Біла К. В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Семенюк Л. Л., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: інтерактивні технології, ресторанна індустрія, інноваційні підходи, обслуговування клієнтів

Сучасні технології сьогодні відіграють ключову роль у зміні різних сфер життя, зокрема й ресторанної індустрії.

На даний час в умовах постіндустріального розвитку інтенсивно розвивається сфера ресторанних послуг, з'явилися нові послуги та технології у ресторанному сервісі, а глобалізація сфери ресторанних послуг гостро ставить питання конкурентоспроможності ресторанного бізнесу [2].

У сфері ресторанного бізнесу ІТ-інфраструктура дозволяє клієнтам брати участь у процесі замовлення, вибору страв або оплати, що робить обслуговування більш швидким та зручним. На даний час більшість підприємств сфери ресторанного бізнесу слід відносити до багатопрофільних підприємств, оскільки вони задовольняють не лише базові, фізіологічні потреби відвідувачів, а задовольняють й комунікативні потреби, потреби у проведенні тих чи інших форм дозвілля, а також в отриманні певних культурних благ [2].

Одним із найпоширеніших прикладів інтерактивних технологій у ресторанах є системи самообслуговування, зокрема електронні термінали або кіоски для замовлення їжі. Такі системи дають можливість відвідувачам самостійно переглядати меню, формувати замовлення та здійснювати оплату, що значно скорочує час обслуговування та зменшує навантаження на персонал. Ключова інновація у ресторанній індустрії є можливість робити онлайн-замовлення через спеціальні мобільні додатки. Клієнти тепер можуть легко переглядати меню, робити замовлення та оплачувати їх за допомогою своїх смартфонів. Це рішення не лише підвищує зручність для клієнтів, але й поліпшує процес обслуговування, скорочуючи час очікування на їжу. Більшість програм такого типу містять CRM (Customer Relationship Management) модуль, який фактично допомагає реалізувати основні маркетингові функції на підприємстві [1]. У деяких сучасних закладах застосовуються інтерактивні столи або планшети, які розміщуються безпосередньо на столах відвідувачів. За допомогою таких пристроїв клієнти також можуть самостійно переглядати меню, обирати страви, робити замовлення або викликати офіціанта. Крім

того, інтерактивні столи можуть містити розважальний контент, ігри або мультимедійні елементи, що робить відвідування ресторану більш цікавим і привабливим.

Видимість на таких соціальних мережах, як Instagram, TikTok та інших цифрових платформах, стала результативним способом привертання уваги нових клієнтів та збереженні лояльності існуючих клієнтів. Використання соціальних мереж також дає можливість ресторанам аналізувати поведінку та вподобання споживачів. За допомогою статистики переглядів, реакцій і підписок, підприємства можуть визначати популярність певних страв або послуг. Це дозволяє приймати більш слушні рішення щодо вподобань цільової аудиторії. Власники ресторанів вносять зміни до своїх пропозицій, враховуючи сучасні тенденції на ресторанному ринку, пропонуючи клієнтам меню, що відповідають їхнім очікуванням. Це означає пропонувати страви, що містять інгредієнти, які клієнти сприймають як здоровіші (веганські, без глютенові) або з додаванням корисних для здоров'я інгредієнтів, без алергенів тощо.

Маркетингові інновації також мають велике значення в ресторанній індустрії. Вони передбачають формування нових відносин з клієнтами та фізичними особами. Саме тому соціальні мережі використовуються для просування ресторанних закладів та формування довіри гостей. Також впроваджуються програми лояльності.

Громадське харчування є галуззю соціальної сфери, якість та функціонування якої багато в чому визначає не тільки рівень задоволеного попиту споживача, а також залежить від характеру вирішення багатьох соціальних проблем у рамках соціальної політики держави [2]. Використання технологій на кухні, таких як розумні прилади та кухонне обладнання, може покращити точність, стабільність та швидкість приготування їжі. Відстеження запасів та системи контролю температури сприяють більш ефективному та стабільному робочому процесу на кухні. Технології на кухні пропонують більшість переваг, включаючи підвищену ефективність, стабільну якість, економію коштів, підвищену безпеку та цінні дані. Однак ці переваги пов'язані з такими труднощами, як високі початкові витрати, технічні проблеми, вимоги до навчання, скорочення робочих місць. Балансування впровадження цих технологій з цими потенційними недоліками має вирішальне значення для ресторанів, які прагнуть удосконалити свої кухні, зберігаючи при цьому ефективність робочих процесів та моральний дух персоналу.

У зв’язку зі змінами у вподобаннях та поведінці споживачів, ресторани, які застосовують інтерактивні технології, краще пристосовуються до змін ринку та зберігають конкурентні позиції. Використання систем точки продажу допомагають керувати запасами, відстежувати продажі та грошові потоки [3]. Також ці системи є важливим інструментом цифровізації ресторанного бізнесу. Наприклад, замовлення, розміщені онлайн, безпосередньо передаються до точки продажу

ресторану, що забезпечує точну та коректну обробку замовлень, допомагає відстежувати запаси в режимі реального часу, коригуючи продані товари та сповіщаючи про низький рівень запасів.

Ще однією з сучасних технологій у ресторанній індустрії є 3D-друк який поступово знаходить застосування. Дана технологія дозволяє створювати їстівні страви та унікальні форми (здебільшого шоколад, тісто, пасти) шляхом пошарового нанесення інгредієнтів. Ця галузь стала дуже популярною, і тому її застосування як процедури приготування їжі зростає. У цій версії, однак, нитка замінюється на їстівну смолу. Вона дозволяє: створювати складні фігури з шоколаду, цукру та глазурі для тортів та десертів; вигадувати цікаві презентації страв для привернення уваги; виготовляти елементи декору для страв, які важко відтворити вручну.

Таким чином, підбиваючи підсумки, можна дійти до висновку, що для розвитку ресторанного бізнесу, підприємство повинно мати здатність реагувати на зміни зовнішніх умов, вміти долати конкуренцію. Розвиток інтерактивних технологій у ресторанному бізнесі безумовно сприяє підвищенню якості обслуговування, оптимізації роботи персоналу та покращенню досвіду клієнтів.

Список використаних джерел

1. Системи автоматизації ресторанного бізнесу в Україні та їхні маркетингові можливості. Чайка І. М., Дністрянська Н. І. — Львів, 2025
URL: https://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1795/1692
(дата звернення 20.03.2026)

2. Роль та особливості розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи. Поворознюк І. М. — Умань, 2023
URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2125/2054
(дата звернення 20.03.2026)

3. Технології автоматизації системи управління у закладах ресторанного господарства. Камушков О. С., Жилко О. В., Незвещук-Когут Т. С. — 2022
URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1737/1673
(дата звернення 20.03.2026)

СЕРВІС-ДИЗАЙН ЯК ІНСТУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Барилюк Д. О., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: сервіс-дизайн, готельно-ресторанний бізнес, клієнтський досвід, точки взаємодії (touchpoints), інновації, гостинність, маркетинг вражень, економічна ефективність.

Сучасний ресторанний бізнес функціонує в умовах транзитивної економіки та стрімких змін споживчої поведінки, де традиційні методи конкурентної боротьби поступово втрачають свою ефективність. Сьогодні висока якість гастрономічного продукту є базовою гігієнічною нормою, а не унікальною конкурентною перевагою. На перший план виходить економіка вражень, у якій ключовим продуктом стає комплексний, емоційно забарвлений досвід гостя від взаємодії з брендом на всіх етапах його клієнтської подорожі. Це зумовлює об'єктивну необхідність інтеграції системних, міждисциплінарних підходів до проектування послуг, серед яких провідне місце посідає методологія сервіс-дизайну. Сервіс-дизайн у контексті ресторанної справи доцільно розглядати не просто як інструмент вдосконалення стандартів обслуговування чи естетичного оформлення закладу. Це цілісна управлінська та маркетингова філософія, спрямована на проектування емоційного та функціонального досвіду клієнта, яка водночас забезпечує операційну та економічну ефективність для самого підприємства. Такий підхід передбачає перехід від інтуїтивного надання послуг до інженерного, архітектурного їх конструювання.

З теоретико-методологічної точки зору, сервіс-дизайн є діяльністю із планування та організації людей, простору, інфраструктури, комунікацій і матеріальних компонентів послуги з метою підвищення її якості та поліпшення взаємодії між надавачем послуг і споживачем.[1] У ресторанному бізнесі ця оптимізація відбувається на двох взаємопов'язаних рівнях: "front-stage" (видима для гостя частина) та "back-stage" (приховані внутрішні процеси). Видима лінія охоплює екстер'єр та інтер'єр, освітлення, акустику, ергономіку простору, візуальний мерчандайзинг меню, а також поведінкові патерни контактного персоналу. Проте успішний дизайн вражень неможливий без ідеально налагодженої невидимої лінії: алгоритмів роботи кухні, логістики постачання, програмного забезпечення касових систем (POS) та протоколів внутрішньої комунікації. Саме синхронізація цих двох рівнів, з економічної точки зору, дозволяє мінімізувати втрати ресурсів, уникнути "сервісних розривів" і забезпечити безшовний клієнтський досвід.

Центральним аналітичним конструктом у сервіс-дизайні виступає клієнтська подорож, яка розглядається як континуум, що розгортається в часі та просторі. Для ресторану ця подорож не обмежується безпосереднім перебуванням гостя в залі. Вона розпочинається задовго до фізичного візиту (етап до-обслуговування) через взаємодію з цифровим брендингом закладу: відгуки на платформах агрегаторів, таргетована реклама, зручність онлайн-бронювання або навігація на сайті. Під час самого візиту (етап обслуговування) формується ядро клієнтського досвіду, де кожна

деталь є точкою взаємодії (touchpoint) – від візуального контакту з хостес до тактильних властивостей текстилю та швидкості подачі страв. Етап після-обслуговування спрямований на конвертацію разового досвіду в стійку лояльність через механізми зворотного зв'язку, програми утримання клієнтів (retention) та персоналізовані маркетингові комунікації.[2]

Критично важливим завданням економічного управління в системі сервіс-дизайну є ідентифікація, аудит та проектування саме точок взаємодії. Як підкреслюється в сучасних дослідженнях інноваційного сервісу, розробка дієвого інструментарію для управління точками контакту є необхідною ще на етапі концептуалізації ресторанного проекту. Точки взаємодії можуть бути фізичними (інтер'єр, посуд, меню), цифровими (сайт, додаток, соцмережі), людськими (спілкування з персоналом) та комунікаційними (рекламні повідомлення, тон-оф-войс бренду). Дизайн кожної з цих мікро-взаємодій безпосередньо впливає на макро-показники підприємства, зокрема на середній чек, частоту повторних візитів та показник готовності рекомендувати заклад. [3]

Впровадження принципів сервіс-дизайну дозволяє трансформувати абстрактні, нематеріальні характеристики послуги гостинності у відчутні, матеріалізовані цінності. Це означає формування унікальної ціннісної пропозиції, коли гість сплачує преміальну ціну не за собівартість продуктів, а за бездоганно зрежисований досвід, статусність, соціалізацію та емоційний комфорт. Таким чином, сервіс-дизайн виступає потужним драйвером економічної доданої вартості ресторанного продукту.

Крім того, методологія сервіс-дизайну тісно корелює з концепцією внутрішнього маркетингу. Проектування послуг вимагає створення комфортного середовища не лише для зовнішнього клієнта (гостя), але й для внутрішнього (співробітника). Зниження когнітивного навантаження на лінійний персонал завдяки оптимізації робочих процесів (back-stage), розробка зрозумілих скриптів та надання інструментів для емпатичної взаємодії підвищують рівень задоволеності працівників. У сфері гостинності, де емоційне вигорання є значною проблемою, ергономічний дизайн робочих процесів стає ефективним інструментом зниження плинності кадрів та оптимізації витрат на управління HR-брендом.

Стратегічне значення сервіс-дизайну полягає ще й у його здатності до превентивного вирішення проблем. Замість реактивного реагування на скарги гостей, інструменти сервіс-дизайну (такі як Service Blueprinting – сервісні сценарії) дозволяють моделювати гіпотетичні збої в обслуговуванні на етапі проектування і завчасно створювати алгоритми їх подолання. Це мінімізує репутаційні ризики та захищає капітал бренду ресторану в конкурентному середовищі.[4]

Отже, інтеграція методології сервіс-дизайну в управлінську практику закладів ресторанного господарства є невід'ємною умовою забезпечення їхньої конкурентоспроможності в сучасних ринкових реаліях. Сервіс-дизайн виходить за межі суто естетичного чи операційного вдосконалення,

перетворюючись на фундаментальну стратегію синергії маркетингу, економіки та управління персоналом. Глибоке розуміння та конструювання клієнтського досвіду на всіх етапах взаємодії дозволяє ресторанам генерувати високу додану вартість, формувати емоційний зв'язок зі споживачем та забезпечувати сталий економічний розвиток підприємства.

Список використаних джерел

1. Service design for business: behind the scenes - Livework. - UK. URL: https://liveworkstudio.com/insight/service-design-for-business-behind-the-scenes/ (date of access: 17.03.2026).
2. Smith, James (15 May 2018). "Introduction to Service Design: What It Is and How It Works". URL: *https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-service-design-how-to-implement-service-design-processes/* (date of access: 17.03.2026).
3. Клатворзі С. Інновації у сфері сервісу через точки взаємодії: розробка інноваційного інструментарію для перших етапів розвитку нових сервісів. *Міжнародний журнал дизайну*. 2011. Т. 5, № 2. С. 15–28.
4. Сервіс-дизайн. *31 Volts*. 2016. URL: http://www.31volts.com/en/service-design/

УДК 338.48(477-25)
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В КИЇВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Калюжна І. В., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: внутрішній туризм, Київський регіон, воєнний стан, туристичні потоки, готельна інфраструктура, конференц-туризм.

Внутрішній туризм у сучасних умовах є стратегічним напрямом розвитку туристичної галузі України. Повномасштабна війна суттєво трансформувала структуру туристичного попиту, зумовивши скорочення міжнародних потоків та переорієнтацію на внутрішнього споживача. Дослідження показують, що саме внутрішній туризм став основою збереження функціонування туристичної інфраструктури у воєнний період [1].

Київський регіон традиційно виконує функції адміністративного, ділового та культурного центру України. До 2022 року столиця формувала

значну частку як внутрішнього, так і міжнародного туристичного потоку. Водночас в умовах воєнного стану міжнародна складова суттєво скоротилася, тоді як ключовим фактором стабілізації туристичної галузі став внутрішній попит.

Результати наукових досліджень свідчать, що у період війни відбувається трансформація структури туристичних потоків: зростає частка короткострокових поїздок, службових відряджень та подієвого туризму [2]. У Київському регіоні зазначені тенденції проявляються у домінуванні ділового туризму, зокрема участі у конференціях, державних, наукових і спортивних заходах.

У сучасних умовах внутрішній туризм виконує не лише економічну, а й важливу соціальну функцію. Він сприяє підтримці зайнятості населення, наповненню місцевих бюджетів та відновленню територій, що зазнали негативного впливу воєнних дій [3]. Київ як центр ухвалення управлінських рішень і координації процесів відбудови країни концентрує значну частину ділової активності, що, у свою чергу, має безпосередній вплив на розвиток готельного сектору та суміжних галузей.

Аналіз тенденцій розвитку внутрішнього туризму в Київському регіоні у 2022–2026 роках дозволяє виокремити низку ключових особливостей. Насамперед, 2022 рік характеризувався різким падінням туристичних потоків, що було зумовлено початком повномасштабних воєнних дій, обмеженнями мобільності населення та високим рівнем безпекових ризиків. У подальшому, протягом 2023–2025 років, спостерігалося поступове відновлення туристичної активності, передусім за рахунок внутрішнього попиту.

Серед основних тенденцій варто відзначити:

- суттєве скорочення середньої тривалості перебування туристів, що пояснюється зростанням попиту на короткострокові поїздки;
- підвищення ролі корпоративного та державного сегментів, зокрема службових відряджень, участі у ділових, наукових і офіційних заходах;
- зростання значення безпекового фактору при виборі місця проживання, що впливає на попит на об’єкти розміщення з належним рівнем укриттів, автономності та сервісу.

Таким чином, туристичний ринок Київського регіону трансформувався від фази різкого скорочення до поступової стабілізації. Станом на 2026 рік внутрішній туризм залишається домінуючим сегментом, тоді як міжнародний туризм перебуває на початковій стадії відновлення.

Важливу роль у формуванні туристичного попиту відіграє діловий туризм, зокрема конференц- та виставкова діяльність. Наявність сучасних інфраструктурних об’єктів, таких як Міжнародний виставковий центр, а також розвиненої готельної мережі створює сприятливі умови для розвитку MICE-сегмента (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).

Світовий досвід підтверджує, що саме діловий туризм є одним із перших напрямів, які відновлюються після кризових періодів, оскільки він безпосередньо пов'язаний із економічною активністю та управлінськими процесами [3].

Окрім цього, у Київському регіоні спостерігається зростання ролі подієвого туризму, зокрема проведення культурних, освітніх, наукових та спортивних заходів. Такі події не лише стимулюють короткострокові поїздки, але й сприяють формуванню позитивного іміджу регіону та розвитку суміжних галузей, включаючи ресторанний бізнес, транспорт і сферу послуг.

Перспективи розвитку внутрішнього туризму Київського регіону пов'язані з реалізацією низки стратегічних напрямів. По-перше, важливим є впровадження цифрових технологій у туристичну діяльність, зокрема розвиток онлайн-бронювання, використання аналітики попиту, цифрового маркетингу та інтеграції з міжнародними туристичними платформами. Це дозволяє підвищити доступність туристичних послуг і ефективність управління потоками туристів.

По-друге, актуальним напрямом є підвищення енергонезалежності об'єктів туристичної інфраструктури. В умовах енергетичних викликів це передбачає використання альтернативних джерел енергії, впровадження енергоефективних технологій та забезпечення автономності функціонування готелів і туристичних комплексів.

По-третє, важливим є формування нових туристичних продуктів, орієнтованих на внутрішнього споживача. Йдеться про розвиток культурного, гастрономічного, рекреаційного та креативного туризму, що враховує сучасні потреби населення, зокрема безпеку, доступність і емоційність туристичного досвіду.

Наукові дослідження підкреслюють, що післявоєнний період відкриває можливості для трансформації туристичної моделі розвитку, орієнтованої на принципи сталості, інноваційності та безпеки [1; 3]. Для Київського регіону це означає поєднання функцій ділового центру, культурної столиці та платформи міжнародних комунікацій.

Отже, внутрішній туризм Київського регіону станом на 2026 рік перебуває на етапі відновлення та адаптації до нових соціально-економічних умов. Його подальший розвиток залежить від безпекової ситуації, макроекономічної стабільності, рівня інвестиційної активності та ефективності управління туристичною інфраструктурою. В умовах війни саме внутрішній туризм виступає ключовим фактором підтримки галузі, тоді як у післявоєнний період він може стати основою для відновлення та активізації міжнародного туристичного потоку, забезпечуючи довгострокове зростання та підвищення конкурентоспроможності регіону.

Список використаних джерел

1. Габчак Н., Габчак С. Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період. Економіка та суспільство. 2023. № 52. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-67 (дата звернення: 03.03.2026).
2. Корнілова Н. В., Данилюк А. М. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні. Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry. 2020. № 1. URL: https://doi.org/10.24025/2708-4949.1.2020.206474 (дата звернення: 03.03.2026).
3. Паньків Н., Мельник С. Розвиток внутрішнього туризму в умовах сучасних викликів: Аналіз світового досвіду та перспективи для України в період війни та пост воєнного відновлення. Herald of Khmelnytsky i National University. Economic sciences. 2025. Т. 344, № 4. С. 681–689. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-98 (дата звернення: 03.03.2026).

УДК: 640.432:658.8:339.138
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЮ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: АНАЛІЗ ВІДГУКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Солоп І.В. здобувач вищої освіти
Коритна А.С., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифрова репутація, готельний бізнес, онлайн-відгуки, репутаційний менеджмент, цифровий маркетинг.

У сучасних умовах цифровізації індустрії гостинності репутація готелю значною мірою формується у цифровому середовищі через онлайн-відгуки, рейтинги на платформах бронювання та комунікацію у соціальних мережах. Це безпосередньо впливає на вибір потенційних гостей і конкурентоспроможність підприємства. Відтак аналіз клієнтських відгуків стає важливим інструментом стратегічного управління, що дозволяє виявляти проблемні аспекти сервісу, підвищувати якість обслуговування та формувати довгострокову лояльність споживачів.

Еволюція цифрових технологій у сфері гостинності відображає перехід від простих систем бронювання до комплексних аналітичних платформ, здатних обробляти великі масиви даних і підтримувати управлінські рішення [1]. Якщо раніше автоматизація зосереджувалася на

оптимізації операцій, то сьогодні цифрові рішення виконують функцію стратегічного управління репутацією. Аналіз відгуків у реальному часі дає змогу прогнозувати попит, коригувати цінову політику, виявляти недоліки сервісу та формувати персоналізовані пропозиції, що впливають на лояльність клієнтів і фінансові результати.

З наукової точки зору важливим є застосування економіко-математичних моделей, які дозволяють оцінити взаємозв'язок між рівнем цифровізації, управлінням онлайн-репутацією та фінансовими показниками [3]. Дослідження підтверджують, що інвестиції у цифрові інструменти та аналітичні системи позитивно впливають на дохідність готелів. Перспективним напрямом є використання алгоритмів машинного навчання для аналізу тональності відгуків, прогнозування поведінки споживачів та визначення чинників формування репутаційного капіталу.

Водночас цифровізація актуалізує питання кібербезпеки. Захист персональних даних, запобігання витокам інформації та підвищення стійкості цифрової інфраструктури є необхідними умовами збереження довіри до онлайн-каналів взаємодії [1].

Зміна способів доступу до клієнта зумовлює формування нового типу конкурентоспроможності — алгоритмічної. Вирішальним стає не обсяг маркетингових ресурсів, а здатність готелю бути рекомендованим алгоритмами цифрових платформ. Довіра до бренду набуває подвійного характеру: формується як серед споживачів, так і серед алгоритмічних систем, що оцінюють цифрові сигнали та репутаційні показники.

Для підприємств гостинності це означає нові стратегічні виклики: навіть за високої якості послуг втрата цифрової видимості може призвести до зниження бронювань. Водночас ефективне управління онлайн-присутністю забезпечує додатковий попит без зростання рекламних витрат. Таким чином, конкурентна перевага залежить від рівня інтеграції у цифрове середовище та відповідності його критеріям релевантності [4].

Онлайн-відгуки та соціальні мережі стали ключовими інструментами формування довіри до готельного бренду. Системний аналіз коментарів, оперативна реакція на запити клієнтів і підтримка активної комунікації дозволяють зберігати позитивний імідж навіть у кризових умовах. Отже, управління відгуками трансформується у стратегічний елемент репутаційного менеджменту.

Цифровізація внутрішніх процесів також сприяє зміцненню внутрішньої репутації. Використання HR-аналітики, електронного навчання та цифрових інструментів комунікації підвищує задоволеність персоналу і стабільність колективу, що позитивно впливає на якість сервісу.

Сучасні технології, зокрема штучний інтелект, дозволяють автоматизувати процеси, прогнозувати попит, аналізувати відгуки та персоналізувати взаємодію з клієнтами. Це сприяє формуванню

індивідуалізованих пропозицій, підвищенню лояльності та зміцненню емоційного зв’язку з брендом [2].

Цифрова трансформація змінила підходи до маркетингу в індустрії гостинності, зумовивши перехід до інтегрованих стратегій. Цифровий маркетинг став ключовим чинником конкурентоспроможності, оскільки забезпечує оперативну комунікацію, персоналізацію та управління клієнтським досвідом.

Зміни у поведінці споживачів, орієнтація на онлайн-відгуки та мобільні сервіси вимагають постійної цифрової активності підприємств. Соціальні мережі формують імідж, впливають на репутацію та створюють емоційний зв’язок із клієнтами.

Ефективність маркетингу визначається поєднанням інструментів SMM, SEO, SEM, роботою з платформами бронювання та управлінням репутацією. Використання CRM-систем і технологій Big Data сприяє підвищенню лояльності, зростанню повторних візитів і збільшенню доходів.

Важливим є впровадження маркетингу взаємин через персоналізовану комунікацію, засновану на аналізі поведінки клієнтів. Управління цифровою репутацією, активна робота з відгуками та залучення користувачів до створення контенту сприяють формуванню довіри та зміцненню бренду.

Особливу роль відіграють соціальні докази — відгуки, рекомендації, реальні історії клієнтів, які сприймаються як достовірні джерела інформації. Водночас оцінювання ефективності маркетингу потребує врахування нематеріальних показників: рівня довіри, емоційної прив’язаності та органічного охоплення [5].

Пандемія COVID-19 та війна в Україні суттєво вплинули на готельний бізнес, спричинивши скорочення попиту та необхідність адаптації. Частина готелів змінила формат діяльності, інші призупинили роботу. У цих умовах цифрові інструменти стали ключовими для підтримання зв’язку з клієнтами та збереження репутації [6].

Подальший розвиток цифрового маркетингу має базуватися на адаптивності, антикризових комунікаціях і системному управлінні репутацією. Інвестування у цифрові технології забезпечує підвищення якості сервісу, оптимізацію витрат і зміцнення конкурентних позицій.

Отже, аналітика клієнтських відгуків є ефективним інструментом підвищення якості послуг, зміцнення бренду та формування лояльності споживачів. Інтеграція репутаційного аналізу у стратегічне управління виступає ключовою умовою забезпечення стійкого розвитку готельного бізнесу в умовах цифрової трансформації.

Список використаних джерел

1. Захарова Т. Вплив інформаційно-аналітичних систем на ефективність управління підприємств готельно-ресторанного та

туристичного бізнесу. *ScientificNotesof LvivUniversity of Business and Law*. 2025. № 44. С. 604-611.

2. Волобоєв В. Д. Трансформація моделі конкурентоспроможності готельного бізнесу під впливом генеративного ШІ. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України*: кол. монографія / За ред. Н. В. ЯкименкоТерещенко, Д. В. Райко, О. О. Носирєва. Харків: НТУ «ХПІ», 2026. С. 867-885.

3. Коваль О. Д. Економіка довіри в рекламі готельно-ресторанного бізнесу: системний аналіз ефективності маркетингових стратегій на основі спільного створення цінності. *ScientificnotesofLvivUniversityofBusinessandLaw*. 2025. № 45. С. 61-70.

4. Поворознюк І. Маркетингові стратегії просування готельно-ресторанних підприємств у цифрову епоху. *Економічні горизонти*. 2026. № 1 (34). С. 77-86.

5. Ткачук Л., Харченко В. Формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу України в умовах війни та цифрової трансформації. *ScientificBulletinoftheOdessaNationalEconomicUniversity*. 2026. № 12 (337). С. 153-160.

6. Старовойт В. В.Аналіз ефективності цифрових маркетингових стратегій для підтримки готельного бізнесу під час кризи. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 3-4. С. 1-17.

УДК 640.4:658.562:339.137.2
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

СТАНДАРТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ТА ЇХ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Лук’янчук В.О., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: стандарти обслуговування, конкурентоспроможність, якість послуг, лояльність клієнтів, менеджмент готелю.

Стандарти обслуговування в готельному бізнесі являють собою комплекс регламентованих норм, правил і процедур, які визначають якість надання послуг на всіх етапах контакту з гостем – від першого звернення до виїзду. Вони включають обов’язкові вимоги до санітарного стану приміщень, технічного оснащення номерів, безпеки перебування, а також детальні рекомендації щодо поведінки персоналу, швидкості реагування на

запити, рівня ввічливості, знання мов, зовнішнього вигляду працівників і навіть тональності голосу під час спілкування. Ці стандарти формуються з урахуванням класу готелю, специфіки цільової аудиторії та стратегічного позиціонування закладу на ринку.

Основна мета стандартів полягає в забезпеченні стабільної та передбачуваної якості послуг. У готельній індустрії, де враження гостя складається з безлічі дрібниць, послідовне дотримання єдиних норм дозволяє уникнути випадкових збоїв і створює відчуття надійності. Для мережевих брендів це стає основою корпоративної ідентичності: гість, який зупинявся в одному готелі мережі в Києві, очікує аналогічного рівня сервісу в іншому місті чи країні. У контексті українського ринку підкреслюється, що впровадження чітких стандартів обслуговування є стратегічним кроком для наближення до міжнародних вимог і підвищення привабливості для закордонних мандрівників [1, с. 258].

Стандарти класифікуються за кількома рівнями складності та глибини. Базовий рівень (застосовується до всіх закладів розміщення) охоплює гігієну, справність обладнання, наявність гарячої води 24/7, швидке поселення (не більше 10 хвилин), чистоту громадських зон і оперативне усунення несправностей. Розширений рівень (3–4 зірки) додає вимоги до проактивності персоналу, обов'язкового привітання гостя на ім'я, пропозиції допомоги з багажем, знання принаймні однієї іноземної мови, персоналізованих привітань і своєчасного прибирання номера (щоденно або за запитом). Преміальний рівень (5 зірок і люксові сегменти) передбачає передбачення потреб, використання CRM-даних для персоналізації (наприклад, улюблений напій у міні-барі, подушка певної жорсткості), створення wow-ефектів (сюрпризи, компліменти від імені готелю) та індивідуальний супровід консьєржа.

Контроль за дотриманням стандартів здійснюється через багатоступеневу систему. Це щоденні чек-листи для прибирання номерів, аудит часу очікування на рецепції, телефонні опитування гостей під час перебування, аналіз відгуків у реальному часі та регулярні mystery guest перевірки. Такий підхід дозволяє не лише виявляти проблеми, а й оперативно їх усунути, запобігаючи накопиченню негативного досвіду. У менеджменті готельно-ресторанного бізнесу стандартизація процесів розглядається як ключовий механізм забезпечення операційної стабільності в умовах волатильності туристичного ринку [3].

Стандарти безпосередньо формують лояльність клієнтів і повторні візити. Дослідження показують, що гості, які отримали досвід, повністю відповідний або вищий за обіцяний рівень, демонструють у 3–5 разів вищу ймовірність повернення та рекомендацій. Навпаки, навіть одна серйозна невідповідність стандартам (наприклад, брудна ванна кімната чи грубість персоналу) може призвести до втрати клієнта та негативного поширення інформації в соціальних мережах і агрегаторах бронювання. Тому багато готелів впроваджують внутрішні програми заохочення працівників, які

дотримуються стандартів, а також інтегрують їх у системи управління репутацією [2, с. 160].

Актуальність стандартів посилюється через швидкі зміни в споживчих очікуваннях. Сьогодні гості вимагають не лише комфорту, а й екологічної відповідальності – тому норми включають сортування сміття, використання засобів без фосфатів, економію води та електроенергії, відмову від одноразового пластику. Цифровізація додала нові вимоги: стандарти безконтактного заселення через мобільний додаток, чат-боти для швидких запитів, інтеграцію з голосовими помічниками, безготівкові платежі в номері. Персоналізація на основі аналізу даних (big data) стає обов'язковим елементом преміум-стандартів, де гості отримують пропозиції, адаптовані саме під їхні попередні вподобання.

Управлінська роль стандартів полягає в тому, що вони виступають основою для систем навчання персоналу, розробки посадових інструкцій, KPI, оцінки роботи та мотивації. Чітко прописані процедури усувають суб'єктивізм у судженнях про якість сервісу та створюють прозору ієрархію відповідальності. Сучасні підходи до управління закладами готельного та ресторанного бізнесу акцентують, що системне впровадження стандартів є обов'язковою умовою для збереження конкурентної переваги та підтримки репутації в епоху відкритої інформації та швидкого поширення відгуків [4].

Окрім поточного функціонування, стандарти відіграють критичну роль під час криз. У період пандемій чи інших форс-мажорів вони швидко адаптуються: вводяться норми посиленої дезінфекції, безконтактних процедур, соціального дистанціювання, обмеження місткості ресторанів і зон відпочинку. Така гнучкість дозволяє готелю оперативно відновлювати операційну діяльність, демонструвати турботу про здоров'я гостей і зберігати довіру.

Таким чином, стандарти обслуговування є не просто набором правил, а стратегічним інструментом формування конкурентоспроможності готельного підприємства. Вони гарантують стабільну якість, створюють емоційний зв'язок з клієнтом, сприяють лояльності та рекомендаціям, полегшують адаптацію до нових тенденцій і забезпечують міцну основу для довгострокового успіху на динамічному ринку гостинності.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Ю. Стратегічні орієнтири розвитку готельної індустрії в Україні. *Бізнесінформ.* 2025. № 2. С. 255–261.

2. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету. Сер. В: Економіка і право*. 2015. Вип. 1. С. 160–164.

3. Круковська О. В. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування.* 2024. № 1 (11). DOI: 10.32782/2708-4949

4. Рябенька М. О., Постова В. В. Сучасні аспекти управління в закладах готельного та ресторанного бізнесу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2024. № 13. DOI: 10.54929/2786-5738-2024-13-12-01

УДК 640.432:005.6:658.8:004
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Науменко К О. здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук
доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: якість сервісу, ресторанний бізнес, цифровізація, персоналізація, інновації, клієнтський досвід.

Процес підвищення якості сервісу в сучасному ресторанному господарстві слід розглядати як складну багатофакторну систему, що інтегрує інноваційні технології, ефективні управлінські підходи та орієнтацію на формування позитивного клієнтського досвіду. В умовах посилення конкуренції, динамічних змін споживчих уподобань і зростання вимог до якості обслуговування сервіс набуває стратегічного значення та трансформується у ключовий інструмент формування конкурентних переваг і забезпечення довгострокової лояльності споживачів. Відтак якість сервісу перестає бути лише операційною характеристикою діяльності підприємства, а стає визначальним чинником його ринкового позиціонування та сталого розвитку [1].

Одним із провідних напрямів удосконалення сервісу є цифровізація ресторанного бізнесу, яка передбачає активне впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Використання POS-систем, електронних меню, мобільних застосунків для оформлення замовлень, а також автоматизованих систем управління й обліку сприяє оптимізації бізнес-процесів, підвищенню швидкості обслуговування та зниженню впливу людського фактора. Застосування цифрових рішень забезпечує не лише скорочення часу очікування, але й підвищення точності виконання замовлень, що в сукупності позитивно впливає на рівень задоволеності клієнтів. Дослідження свідчать, що впровадження автоматизованих систем

може підвищити ефективність обслуговування на 20–30%, що безпосередньо корелює з підвищенням конкурентоспроможності закладу.

Важливим інноваційним напрямом є персоналізація сервісу, яка ґрунтується на використанні CRM-систем, аналітики великих даних та інструментів управління клієнтськими відносинами. Завдяки цьому підприємства отримують можливість формувати індивідуалізовані пропозиції, враховувати поведінкові характеристики споживачів, їхні попередні замовлення та уподобання. Такий підхід сприяє створенню унікального клієнтського досвіду, підвищує емоційну залученість гостей і стимулює їх до повторних відвідувань. Персоналізація виступає важливим інструментом формування лояльності клієнтів і забезпечує довгострокову взаємодію між споживачем і закладом.

Не менш значущим чинником підвищення якості сервісу є розвиток людського капіталу, який залишається базовим елементом сервісної системи навіть в умовах активної цифровізації. Професійна підготовка персоналу, формування клієнтоорієнтованої корпоративної культури, розвиток комунікативних і емоційних компетентностей працівників визначають рівень взаємодії з гостями та загальне сприйняття закладу. Високий рівень сервісу неможливий без систематичного навчання персоналу, впровадження стандартів обслуговування та ефективних мотиваційних механізмів. Саме персонал є носієм цінностей сервісу та ключовим фактором створення позитивного враження у споживача.

Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу також пов’язані з впровадженням концепції «smart-ресторану», яка передбачає використання штучного інтелекту, чат-ботів, систем самообслуговування та безконтактних технологій. Такі рішення дозволяють підвищити швидкість і зручність обслуговування, зменшити операційні витрати та забезпечити високий рівень безпеки і комфорту гостей. Крім того, smart-технології відкривають нові можливості для збору та аналізу даних про поведінку клієнтів, що сприяє подальшій оптимізації сервісу та прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Порівняльний аналіз інноваційних підходів до підвищення якості сервісу свідчить, що цифровізація процесів орієнтована передусім на оптимізацію операційної діяльності та підвищення ефективності обслуговування, персоналізація — на формування унікального клієнтського досвіду та зміцнення лояльності, тоді як концепція «smart-ресторану» забезпечує комплексну трансформацію бізнес-моделі на основі інтеграції передових технологій. Водночас кожен із зазначених підходів має певні ризики, пов’язані з високими інвестиційними витратами, необхідністю якісних даних та залежністю від технологічної інфраструктури.

У сучасних умовах ефективний розвиток ресторанного підприємства неможливий без комплексного поєднання інноваційних підходів до управління якістю сервісу. Інтеграція цифрових технологій, персоналізації

обслуговування та розвитку людського капіталу формує цілісну модель сучасного сервісу, орієнтованого на задоволення потреб клієнта. Таким чином, інновації виступають не лише інструментом підвищення операційної ефективності, але й стратегічним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та їх довгострокового розвитку.

Список використаних джерел

1. Зайва Я. В. Ресторанний сервіс: сучасні підходи та тенденції // *Наукові перспективи*. – 2025. – № 2 (56).
2. Стегней М. І., Нодь О. Л., Бергхауер О. О. Трансформація готельно-ресторанного обслуговування в умовах цифровізації // *Український журнал прикладної економіки та техніки*. – 2024.
3. Ткачук Л. М., Харченко В. В. Формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу України в умовах війни та цифрової трансформації // *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. – 2025. – № 12 (337). – С. 153–160

УДК: 338.48:004.9
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ЦИФРОВІ МАРШРУТИ ШЕВЧЕНКОВИМИ МІСЦЯМИ: СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ

Олексієнко А. В. здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифрові маршрути, культурний туризм, Шевченкові місця, GPS-трекинг, QR-кодова інфраструктура, доповнена реальність, цифровізація.

У сучасних умовах цифровізація стає ключовим чинником розвитку туристичного продукту, перетворюючи традиційні культурно-історичні маршрути на інтерактивні, персоналізовані туристичні досвіди. Цифрові маршрути – це інтегровані системи навігації й контентного супроводу, що поєднують геолокацію, мультимедійний контент, інтерактивні елементи та навігаційну підтримку [1]. Такий підхід дозволяє туристам не лише переміщуватися між об’єктами показу, а й отримувати комплексний історично-культурний контент у реальному часі, що значно поглиблює розуміння обраної теми.

Особливо перспективним є використання цифрових технологій для популяризації маршрутів, пов’язаних із життям і творчістю Тараса

Григоровича Шевченка – одного з найвизначніших діячів української культури. Маршрути «Шевченковими місцями» включають низку історичних локацій: музей-хату Тараса Шевченка в селі Моринці Черкаської області – місце народження поета, палацово-парковий ансамбль «Качанівка», пов'язаний із юнацькими роками поета, та численні локації у Києві, серед яких Шевченківський узвіз та Лаврський район, що відображають період творчої діяльності митця. Впровадження цифрових рішень у такі маршрути дозволяє туристам отримувати мультимедійні описи, аудіогіди, архівні матеріали та реконструйовані відео без необхідності фізичної присутності екскурсовода.

Одним із найпоширеніших інструментів є мобільні додатки з підтримкою GPS-трекингу, які автоматично адаптують маршрут залежно від місцезнаходження користувача. Такі сервіси, як VoiceMap та тематичні туристичні додатки, що використовують GPS-навіґацію, дозволяють туристам самостійно проходити маршрут і отримувати контент, прив'язаний до конкретної точки. Завдяки геолокації туристи можуть уважно досліджувати кожен об'єкт, отримуючи аудіо- та текстові матеріали, що розкривають історичні деталі, культурні контексти і біографічні факти [2, с. 257]. Окреслене створює ефект «розповіді місця», де цифровий гід стає персональним супроводжувачем маршруту.

QR-кодова інфраструктура — ще один важливий компонент цифрових маршрутів. На інформаційних стендах біля визначних історичних об'єктів встановлюються QR-коди, сканування яких миттєво відкриває на смартфоні розширений цифровий контент: фотоархіви, відеоекскурсії, архівні листи та документи [3, с. 319]. Такі рішення вже впроваджено у ряді українських туристичних локацій – зокрема, у Львові та Києві, де QR-маршрути доповнюють традиційні туристичні карти. Вони сприяють не лише зменшенню навантаження на друковані матеріали, а й значно розширюють доступність інформації іноземними мовами, роблячи маршрут привабливішим для міжнародних відвідувачів.

Інтеграція технологій доповненої реальності дозволяє оживляти історичний контекст та створювати віртуальні реконструкції навколо туристичних об'єктів. У міжнародній практиці AR-технології застосовуються в проектах Berlin Wall AR Tour, де за допомогою мобільного пристрою відтворюються історичні сцени та фактичні реконструкції подій для візуального супроводу [4, с. 87]. Подібні рішення можуть бути адаптовані й для Шевченкових місць, що дозволить туристам, наприклад, бачити реконструкції інтер'єрів хатини поета, сцени з його життя чи фрагменти подій XIX століття просто на екрані смартфона під час відвідування об'єкту.

Національна практика включення цифрових рішень у туристичну діяльність демонструє, що такі інструменти не лише поглиблюють досвід туристів, а й підтримують розвиток локальних громад через активізацію культурно-освітніх програм і подовження тривалості перебування

відвідувачів у регіонах [5]. Зазначене є важливим для економічного зростання малих міст і селищ, пов’язаних із шевченківською тематикою.

Разом з тим, використання цифрових маршрутів супроводжується певними викликами. До них належать технічні обмеження інфраструктури (нестабільне покриття мобільного інтернету в сільській місцевості), потреба у якісному мультимедійному контенті різними мовами та необхідність регулярного оновлення інформації. Адаптація глобальних цифрових рішень до локальних умов потребує інвестицій у технічне забезпечення, навчання персоналу та інтеграції з регіональними туристичними ініціативами.

Таким чином, цифрові маршрути Шевченковими місцями представляють собою перспективний напрям розвитку сучасного туристичного продукту, що дозволяє поєднати культурну спадщину з інноваційними цифровими технологіями. Впровадження мобільних навігаційних сервісів, QR-маршрутів, доповненої реальності та мультимедійного контенту сприяє створенню більш привабливого, доступного й інтерактивного туристичного досвіду, який відповідає очікуванням сучасних мандрівників та підтримує сталий розвиток культурного туризму в Україні та світі.

Список використаних джерел

1. Dolynska O., Skabara R., Shevchenko O. Inclusive practices in tourism: international experience and implementation opportunities in Ukraine for tourists with reduced mobility. *Social Development: Economic and Legal Issues*, (11). 2025. URL: https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.11.06 (дата звернення 13.03.2026 р.)

2. Паньків Н., Гуменяк В. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Development Service Industry Management*, (1). 2024. С. 253-267.

3. Долинська О., Шоробура І., Гільберг Т. QR-коди як інструмент цифрового маркетингу та інформаційно-навігаційної підтримки в сучасному туризмі. *Вісник Херсонського національного технічного університету*, *3*(4 (95)). 2025. С. 317-322.

4. Борисова О. В., Батайкіна Е. О. Іноваційні технології в екскурсійному туризмі. *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій*. 2024. С. 86-88.

5. Цвілий С. М., Михайлик Д. П., Бобрикін П. В. Стратегія розвитку туризму регіону в цифровій економіці. *Актуальні питання економічних наук*, (13). 2025. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.16421531 (дата звернення 14.03.2026 р.)

УДК 640.432:005.6:658.8:004
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Полулях А. Д., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: лікувально-оздоровчий туризм, санаторно-курортні ресурси, медичний туризм, wellness-туризм, рекреація, туристична інфраструктура, Україна.

У сучасних умовах трансформації світової економіки та зростання ролі сфери послуг лікувально-оздоровчий туризм набуває особливого значення як один із найбільш перспективних і соціально орієнтованих напрямів розвитку туристичної галузі. Його актуальність обумовлена не лише підвищенням рівня захворюваності населення, але й зміною пріоритетів у бік здорового способу життя, профілактики хвороб та відновлення психоемоційного стану людини. За оцінками міжнародних організацій, оздоровчий туризм демонструє стабільні темпи зростання та є важливою складовою глобальної туристичної індустрії, що формує значну частку доходів у сфері послуг [1].

У науковій літературі лікувально-оздоровчий туризм трактується як комплексна діяльність, спрямована на поєднання відпочинку з лікуванням і профілактикою захворювань, яка реалізується через використання природних лікувальних ресурсів та сучасних медичних технологій [2]. Такий підхід дозволяє розглядати його як інтегровану систему, що включає санаторно-курортне лікування, медичний туризм, а також SPA- і wellness-напрями. Функціонально цей вид туризму виконує не лише медичну та профілактичну, але й рекреаційну, соціальну та економічну функції, сприяючи відновленню працездатності населення та розвитку регіональної економіки.

Україна володіє значним потенціалом для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, який базується на унікальному поєднанні природно-рекреаційних ресурсів. Зокрема, на території країни зосереджені численні джерела мінеральних вод різного хімічного складу, поклади лікувальних грязей, а також сприятливі кліматичні умови, що використовуються для лікування широкого спектра захворювань. Найбільш відомими курортними центрами є Трускавець, Моршин, Східниця, Миргород і Хмільник, які спеціалізуються на лікуванні захворювань органів травлення, серцево-судинної та нервової систем, а також опорно-рухового апарату [1]. Водночас значну роль відіграють природні ландшафти Карпатського

регіону та узбережжя Чорного моря, які створюють сприятливі умови для рекреації та реабілітації.

Сучасний етап розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні характеризується поступовою трансформацією традиційної санаторно-курортної системи у більш гнучку та клієнтоорієнтовану модель. Зростає попит на комплексні оздоровчі послуги, які поєднують медичні процедури з релаксаційними та профілактичними програмами. Особливої популярності набувають SPA- та wellness-послуги, орієнтовані на підтримання фізичного та психоемоційного здоров'я, що відповідає сучасним світовим тенденціям розвитку wellness-економіки [3]. При цьому спостерігається тенденція до індивідуалізації туристичних послуг, коли програми оздоровлення формуються з урахуванням потреб, віку та стану здоров'я конкретного споживача.

Важливою тенденцією є інтеграція лікувально-оздоровчого туризму з іншими видами туристичної діяльності, зокрема культурно-пізнавальним, екологічним та активним туризмом. Такий підхід дозволяє формувати комплексний туристичний продукт, що підвищує його привабливість для споживачів та сприяє збільшенню тривалості перебування туристів у регіоні [4; 7]. Крім того, активно впроваджуються цифрові технології, зокрема онлайн-сервіси бронювання, інформаційні платформи та елементи телемедицини, що значно підвищує доступність та якість туристичних послуг.

Разом із тим, розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні стримується низкою системних проблем. Серед них варто виділити застарілість матеріально-технічної бази багатьох санаторно-курортних закладів, недостатній рівень інвестицій, недосконаліть транспортної та туристичної інфраструктури, а також обмежену ефективність маркетингового просування на міжнародному ринку [2]. Додатковим негативним фактором є вплив воєнних дій, що призводить до зниження туристичних потоків, скорочення інвестицій та ускладнення функціонування туристичних підприємств.

Попри зазначені труднощі, перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні залишаються значними. Вони пов'язані насамперед із необхідністю модернізації санаторно-курортної інфраструктури, впровадження інноваційних технологій обслуговування та активізації інвестиційної діяльності. Важливим напрямом є розвиток медичного туризму, який передбачає надання високоякісних медичних послуг іноземним громадянам за конкурентними цінами. Україна має значні конкурентні переваги у цій сфері, зокрема високий рівень кваліфікації медичних кадрів та доступність лікування, що відповідає світовим тенденціям розвитку туризму [1].

Не менш важливим є формування ефективної державної політики у сфері лікувально-оздоровчого туризму, яка має передбачати створення сприятливого інвестиційного клімату, удосконалення нормативно-правової

бази, розвиток інфраструктури та забезпечення належного рівня екологічної безпеки. Значну роль у цьому процесі відіграє цифровізація, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг та інтеграції України у світовий туристичний простір.

Таким чином, лікувально-оздоровчий туризм в Україні є перспективним напрямом розвитку, що має значний природно-ресурсний, економічний та соціальний потенціал. Його подальший розвиток потребує комплексного підходу, який включає модернізацію інфраструктури, впровадження інновацій, активне просування на міжнародному ринку та ефективну державну підтримку. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності України як туристичної дестинації та забезпеченню сталого розвитку галузі.

Список використаних джерел

1. Лимаренко В. С. Розвиток лікувально-оздоровчого туризму на базі природних ресурсів України: статистичний аналіз та міжнародний досвід. Київ : КНЕУ, 2025. URL: https://ir.kneu.edu.ua/items/3ca103cc-ac79-497d-8fb5-136db4cf81dd (дата звернення: 19.03.2026).

2. Носирєв О. О. Лікувально-оздоровчий туризм: тенденції та стратегічні вектори розвитку // Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2024. № 20. URL: https://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/545 (дата звернення: 19.03.2026). (tnv-econom.ksauniv.ks.ua)

3. Пальчук М. Б., Сухомлинов Р. О., Козакова К. Г., Бричук М. С. SPA- та wellness-туризм в Україні: проблеми, перспективи розвитку. 2026. URL: https://enpuir.udu.edu.ua (дата звернення: 19.03.2026).

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ

Сальнікова А. Д. здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: винний туризм, виноробні господарства, соціально-економічний розвиток, регіональний розвиток.

Винний туризм (енотуризм) є одним із найдинамічних сегментів сучасної туристичної галузі, він поєднує сільське господарство, гастрономію, культуру та сферу гостинності. Його розвиток базується на

унікальності виноробних регіонів і здатності перетворювати виробництво вина на туристичний досвід.

Винний туризм в Україні є перспективним напрямом розвитку регіональної економіки, особливо у південних та західних областях України, де історично склалися сприятливі умови для виноградарства та виноробства. Його економічний вплив виявляється через створення нових робочих місць, підвищення доходів місцевого населення, залучення інвестицій, розвиток суміжних сфер та зростання податкових надходжень до місцевих бюджетів.

По-перше, винний туризм сприяє формуванню малого та середнього підприємництва**.** Невеликі виноробні господарства перетворюються на туристичні об'єкти: вони відкривають дегустаційні зали, гостьові будинки, ресторани з локальною кухнею. Це дозволяє диверсифікувати прибутки фермерів і виноробів, зробити їх менш залежними від цін на сировину. Наприклад, у Закарпатті та Одеській області дедалі більше виноробень починають орієнтуватися не тільки на виробництво вина, але й на прийом туристів.

По-друге, винний туризм стимулює зайнятість населення в сільських територіях. Створюються робочі місця не лише у сфері виноробства, але й у супутніх галузях – готельному бізнесі, гастрономії, сувенірній справі, транспорті. Місцеві мешканці отримують можливість працевлаштуватися без потреби виїжджати з рідного села чи містечка. Це має позитивний соціальний ефект – уповільнення депопуляції сільських регіонів.

Третім важливим економічним фактором є зростання надходжень до місцевих бюджетів**.** Винні фестивалі, екскурсії, платні дегустації та обслуговування туристів приносять додаткові доходи у вигляді податків і зборів. У 2023 році підприємства туристичної галузі в Україні сплатили понад 2 млрд грн податків, а вже в першому півріччі 2024 року – понад 2,9 млрд грн**,** що свідчить про позитивну динаміку навіть в умовах війни. Частка винного туризму в цих надходженнях офіційно не виокремлюється, але він є невід'ємною складовою гастрономічного і сільського туризму [2, с.93].

Окремо варто зазначити ефект мультиплікатора**,** коли витрати туриста в одному секторі (наприклад, на екскурсію до виноробні) стимулюють попит в інших – ресторанах, готелях, сувенірних крамницях. Успішні винні маршрути сприяють зростанню популярності регіону загалом, збільшенню вартості землі, нерухомості, зацікавленості інвесторів.

Хоча війна суттєво вплинула на туристичну сферу, виноробні регіони на заході та частково в центрі України продовжують адаптуватись і розвивати винні тури. Закарпаття, Львівщина, Одещина, Миколаївщина та Буковина залишаються ключовими осередками винного туризму. Водночас Херсонська та частина Запорізької області, де також були сильні виноробні традиції, значно постраждали через бойові дії.

Таким чином, економічний ефект винного туризму є багатогранним: він активізує локальну економіку, зменшує безробіття, покращує туристичну привабливість регіону та сприяє сталому розвитку. Водночас, для реалізації повного потенціалу потрібні цілеспрямовані інвестиції, державна підтримка, просування на міжнародному ринку та відновлення регіонів, що постраждали внаслідок бойових дій.

Винний туризм є не лише економічним явищем, але й потужним соціокультурним чинником, який сприяє збереженню локальної ідентичності, популяризації культурної спадщини та формуванню міжкультурного діалогу. Це особливий тип туризму, що поєднує гастрономічні практики з історією, традиціями та стилем життя регіону. Саме тому винний туризм набуває дедалі більшої популярності в країнах із глибокими виноробними традиціями, включаючи Україну [1].

По-перше, винний туризм сприяє збереженню культурної спадщини. Виноробство, як і виноградарство, є невід'ємною частиною матеріальної та нематеріальної культури багатьох українських регіонів. Зберігаючи старі винні підвали, традиційні технології виробництва вина, етнографічні особливості виноробних регіонів, винний туризм перетворює їх на туристичний продукт. Наприклад, у Закарпатській області збереглися винні погреби ще з часів Австро-Угорщини, які зараз активно використовуються для екскурсій і дегустацій, що сприяє збереженню архітектурної спадщини.

По-друге, винний туризм є інструментом популяризації локальної культури та традиційного способу життя. Туристи, відвідуючи виноробні господарства, мають змогу ознайомитися з місцевою гастрономією, фольклором, ремеслами, святами, обрядами. Наприклад, участь у винних фестивалях дає змогу гостям не тільки скуштувати вина, але й побачити народні танці, почути місцеву говірку, відчути атмосферу регіональної автентичності. Таким чином, винний туризм сприяє відродженню й збереженню тих культурних практик, які в іншому випадку могли б зникнути через урбанізацію або глобалізацію [3].

Винний туризм також сприяє розширенню знань. Через екскурсії на виноробні, майстер-класи з дегустації, лекції про історію виноробства, туристи отримують нові знання й навички, розширюють власний світогляд. Це сприяє формуванню культурно освіченого споживача, який розуміє цінність локального продукту, відрізняє якісне вино, цікавиться історією та географією регіону. Для багатьох громадян України винний туризм стає першим кроком до глибшого пізнання національної спадщини.

Ще один важливий аспект – соціальна згуртованість громади. Виноробні господарства та ініціативи з розвитку винного туризму часто є локальними проєктами, що об'єднують мешканців навколо спільної мети – збереження місцевої спадщини та залучення туристів. Участь громади в організації фестивалів, ярмарків, турів сприяє розвитку соціального капіталу, підвищенню довіри та співпраці між людьми. Успішні приклади

спільної роботи громади можна побачити в селах Берегівського району, де винні маршрути розвиваються завдяки ініціативам місцевих жителів.

Не менш важливим є й міжкультурний обмін, який стимулюється завдяки приїзду туристів з інших регіонів або країн. Винний туризм – це не лише можливість представити власну культуру, але й дізнатися про інші. Зустрічі виноробів з туристами, участь іноземних гостей у фестивалях створює середовище толерантності, культурного діалогу та обміну досвідом. Такий обмін сприяє формуванню відкритого громадянського суспільства, яке цінує культурне різноманіття.

У контексті України винний туризм набуває особливого значення, оскільки сприяє відновленню культурного суверенітету в умовах війни. Популяризація українського вина як якісного, конкурентного продукту не лише зміцнює національну економіку, а й підтримує патріотичну ідентичність, локальну гордість, віру в власні сили. Відвідування українських виноробень стає не лише подорожжю задля розваги, але й актом підтримки національного виробника, культури та спадщини [4].

Таким чином, соціокультурне значення винного туризму є багатогранним. Він формує нову культурну практику споживання, зберігає історичну пам’ять, стимулює громадську активність та створює майданчик для міжкультурного діалогу. У сучасних умовах, зокрема в Україні, розвиток винного туризму може стати важливим напрямом відновлення економіки, підтримки локальних громад та інтеграції у світовий туристичний простір.

Список використаних джерел

1. Винні тури як складова агротуризму REICST. 2024. URL: https://reicst.com.ua

2. Дегустації, підвали та вечері серед виноградників – РБК-Україна URL: https://travel.rbc.ua

3. Любченко В. В., Титарева В. І. Винний туризм в Україні. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку: матеріали конференції.* Харків : НТУ «ХПІ», 2023. С. 92–95.

4. Regional development of wine tourism in the context of climate change: the experience of the Odesa region. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2024. URL: https://ideas.repec.org

УДК 640.432:658.562:658.8
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Трет'як Ю. С., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: якість сервісу, конкурентоспроможність ресторану, клієнтський досвід, стандарти обслуговування.

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки ресторанний бізнес виступає однією з найбільш динамічних і конкурентних сфер діяльності. Зростання кількості закладів харчування, урізноманітнення форматів обслуговування, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування формують нові виклики для підприємств галузі. У таких умовах саме якість сервісу стає ключовим чинником формування конкурентоспроможності ресторанних підприємств, оскільки вона безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів, їхню лояльність і повторні візити.

Якість сервісу в ресторанному бізнесі є багатокомпонентною категорією, яка включає не лише безпосереднє обслуговування клієнтів, а й атмосферу закладу, швидкість обслуговування, професіоналізм персоналу, рівень комунікації, індивідуальний підхід до гостей, а також загальне враження від перебування у закладі [1, с. 7-9]. Важливо підкреслити, що сучасний споживач оцінює ресторан не тільки за смаковими характеристиками страв, а й за емоційним досвідом, який він отримує під час відвідування. Саме тому сервіс набуває стратегічного значення.

Одним із ключових аспектів удосконалення якості сервісу є підготовка та мотивація персоналу. Персонал ресторану виступає безпосереднім носієм сервісу, тому рівень його професійної підготовки, комунікативних навичок і клієнтоорієнтованості визначає загальне сприйняття закладу. Ефективна система навчання працівників, проведення тренінгів, впровадження стандартів обслуговування та регулярний контроль їх дотримання сприяють формуванню високого рівня сервісу. Водночас важливою є і система мотивації, яка має стимулювати персонал до якісного виконання своїх обов'язків, розвитку та підвищення власної ефективності.

Не менш важливим чинником є стандартизація процесів обслуговування. Впровадження чітких стандартів дозволяє забезпечити

стабільність якості сервісу незалежно від зміни персоналу або завантаженості закладу [2, с. 259-262]. До таких стандартів належать правила зустрічі гостей, подачі меню, прийому замовлень, сервірування столів, роботи з претензіями клієнтів. Разом із тим, стандарти не повинні обмежувати індивідуальний підхід до клієнта, адже саме персоналізація сервісу стає важливою конкурентною перевагою.

Окрему увагу слід приділити формуванню клієнтського досвіду. У сучасному ресторанному бізнесі важливо не лише надати послугу, а створити позитивні емоції. Атмосфера закладу, музичний супровід, дизайн інтер'єру, ввічливість персоналу – ключові ознаки, що формують загальне враження клієнта. Високий рівень сервісу передбачає увагу до деталей, передбачення потреб гостей і створення комфортних умов для їхнього перебування.

Важливим інструментом удосконалення якості сервісу є зворотний зв'язок із клієнтами. Аналіз відгуків, опитування, моніторинг оцінок у соціальних мережах і на спеціалізованих платформах дозволяють виявляти слабкі місця у роботі закладу та оперативно реагувати на зауваження [3, с. 5-7]. Важливо не лише збирати інформацію, а й ефективно її використовувати для впровадження змін. Позитивна реакція на критику сприяє підвищенню довіри клієнтів і формуванню позитивного іміджу.

Конкурентоспроможність ресторанного підприємства значною мірою залежить від його здатності адаптуватися до змін у поведінці споживачів. Сучасні клієнти цінують швидкість, зручність, якість і індивідуальний підхід. Зростає попит на онлайн-замовлення, доставку їжі, можливість бронювання столиків через мобільні додатки. Тому підприємства, які активно впроваджують інновації та орієнтуються на потреби клієнтів, мають більше шансів на успіх.

Ще одним важливим аспектом є формування корпоративної культури, орієнтованої на сервіс [4, с. 160-164]. Культура обслуговування повинна бути частиною цінностей підприємства та підтримуватися на всіх рівнях управління. Керівництво має демонструвати приклад високого рівня сервісу, підтримувати ініціативи персоналу та створювати умови для розвитку. Лише в такому випадку можливо досягти стабільно високої якості обслуговування.

Варто звернути увагу на зарубіжний досвід удосконалення якості сервісу, зокрема практики мережі ресторанів McDonald's, яка впровадила стандартизовані алгоритми обслуговування та цифрові рішення (термінали самообслуговування), що дозволило суттєво скоротити час очікування клієнтів і підвищити їхню задоволеність. Іншим прикладом є компанія Starbucks, яка зробила акцент на персоналізації сервісу, зокрема через написання імен клієнтів на стаканах і створення комфортної атмосфери, що стало частиною унікального клієнтського досвіду. У Японії ресторани активно використовують принципи Kaizen, що передбачає безперервне вдосконалення процесів обслуговування та залучення персоналу до

генерації ідей покращення сервісу. В Україні також простежується позитивна динаміка розвитку сервісної культури, зокрема мережа Сільпо впроваджує концептуальні заклади з акцентом на емоційний досвід клієнтів і високий рівень обслуговування.

Отже, удосконалення якості сервісу ресторанних підприємств є комплексним процесом, який охоплює різні аспекти діяльності, від підготовки персоналу до впровадження інноваційних технологій. Високий рівень сервісу виступає ключовим чинником формування конкурентних переваг, забезпечує лояльність клієнтів і сприяє сталому розвитку підприємства. Успішні ресторанні заклади – це ті, які не лише пропонують якісну продукцію, а й створюють унікальний клієнтський досвід, що залишає позитивні емоції та бажання повернутися знову.

Список використаних джерел

1. Березівська О. Й., Стадник М. Є. Роль сервісології для удосконалення ефективності підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Актуальні питання економічних наук.* 2025. С. 1-12. URL:https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/244/263 (дата звернення 18.03.2026)

2. Русавська В.А., Піскун О.В. Сучасні критерії оцінки ефективності системи управління якістю ресторанного підприємства: інтеграія стандартів ISO та аналітики Bog Data. *Причорноморські економічні студії.* №93. 2025. С. 258-265. URL:https://bses.in.ua/journals/2025/93_2025/43.pdf(дата звернення 18.03.2026)

3. Побережна Н.М., Куниця К.В., Стригуль Л.С. Оптимізація бізнес-процесів у готельно-ресторанному підприємстві як чинник підвищення якості сервісу та фінансових результатів діяльності. *Економіка та суспільство.* №82. 2025. С. 1-9. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-154 (дата звернення 18.03.2026)

4. Морозова О. Формування корпоративної культури на підприємствах торгівлі. *Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.* 2025. С. 159-168. URL:https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/07/7.25._topic_Olha-Morozova-159-168-.pdf(дата звернення 18.03.2026)

УДК 640.432:658.8
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕСТОРАНУ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Хоменко Д. В. здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: конкурентна перевага, ресторан, глобальне середовище, сучасні виклики, креативні практики.

Формування конкурентної переваги ресторану передбачає врахування безпосередніх характерних особливостей. Це створення унікальної, важко відтворюваної ціннісної пропозиції завдяки винятковій якості їжі, неповторній атмосфері, чудовому обслуговуванню або стратегічному ціноутворенню. Основні стратегії включають сприяння сильній, послідовній культурі, використання відгуків клієнтів для інновацій та адаптацію до прогалин на ринку для формування довгострокової лояльності та стійкості бренду.

Розглядаючи особливості конкуренції сьогодення, важливо зауважити, що сучасний ресторанний бізнес зіткнувся з безпрецедентним рівнем нестабільності. У цих умовах традиційні фактори успіху, такі як зручне розташування або просто смачна їжа, перестають бути достатніми. Конкурентні переваги сьогодні формуються навколо здатності ресторану швидко адаптуватися, підтримувати спільноту та бути стійким до зовнішніх шоків. Аналіз останніх досліджень дозволяють виділити ключові особливості таких переваг в епоху криз. В першу чергу характерна гіпергнучкість та адаптивність бізнес-моделі. У кризових умовах жорстка бізнес-модель стає найвразливішим місцем. Конкурентна перевага надається ресторанам, здатним до швидкої трансформації. По-друге, трансформація маркетингу та комунікації. В умовах інформаційного шуму та зниження купівельної спроможності, маркетинг має бути реальним, щирим та орієнтованим на спільноту [1]. По-трете, питання стійкості бізнесу. Резистентність (стійкість) більше не має бути абстрактним поняттям, а оформитись конкретною операційною перевагою, що потребує системного підходу. Принциповим в умовах криз є люди, люди, як основа стійкості бізнесу. Сучасні кризові виклики загострюють важливість людського капіталу - як всередині команди, так і серед клієнтів закладів, гостей. І, звісно, як особливість конкурентних переваг нестабільних часів, виступає вперед емоційний зв'язок та соціальна роль, що демонструють у часи потрясінь як ресторани часто стають центрами

громадського життя та взаємодопомоги, що формує унікальну взаємодію з аудиторією.

Цікавими для вивчення є різноманітні креативні практики формування конкурентних переваг на ресторанному ринку. Так, одним з популярних напрямів в досягнені переваг на ринку є глобальне масштабування унікального сервісу. Наприклад, така мережа ресторанів, як Haidilao (китайський гарячий горщик) є хрестоматійним прикладом того, як перетворити обслуговування на головну конкурентну перевагу, що має назву "Культовий сервіс" та охоплює турботу про співробітників. В основі філософії Haidilao - створення досконалого досвіду споживання через побудову довірливих відносин з клієнтами та персоналом . В той час як клієнти часто розглядаються як "генератори прибутку", а співробітники як "витратний матеріал", Haidilao сповідує азійську цінність "спільноти"[2].

Ще одна інноваційна система формування конкурентних переваг – це «Екстремальна ефективність та технологізація», що актуальна у сучасному ресторанному бізнес-середовищі. Китайські F&B-мережі, що виходять на ринки Південно-Східної Азії, роблять ставку на граничну ефективність, відточену в надзвичайно конкурентному середовищі Китаю. Основа конкурентної переваги в даному випадку полягає в data-орієнтоване управління та автоматизація для зниження витрат і прискорення обслуговуваннях [3].

Доречним в форматі глобального сучасного досвіду є використання технології контролю над ланцюгом постачання. Вертикальна інтеграція дозволяє контролювати якість, знижувати собівартість і бути незалежним від постачальників. В даному аспекті конкурентна перевага формується, як прямий контроль над сировиною від поля до тарілки. Цікавими в світовому досвіді є деякі практики. Так, Luckin Coffee (Китай), де компанія пішла далі за звичайні контракти з постачальниками і уклала ексклюзивну угоду з урядом округу Бангай в Індонезії на розвиток островів як ексклюзивної бази з виробництва кокосового молока для свого популярного напою "Coconut Latte"[4]. Це забезпечує унікальну сировинну базу та захист від коливань цін. Іншим яскравим прикладом є Kebab Factory на Мальті, де засновник Улаш Боздоган створив централізований виробничий центр, який обслуговує всі 7 філій. Це гарантує однаковий смак та якість інгредієнтів у кожному закладі, а також спрощує контроль гігієни та зменшує відходи. Крім того, дозволяє зберігати автентичність турецької кухні, масштабуючи бізнес.

Чудовим креативним прикладом ресторанної практики є Atica у Парижі. Цей авангардний заклад поєднує гастрономію, сторітелінг та мультисенсорні технології. Вони працюють тематичними "сезонами", повністю занурюючи гостей у певну культурну розповідь [5] . Їхня перевага - не просто їжа, а унікальний досвід, який приваблює не лише приватних клієнтів, але й люксові бренди та туристичні ради для проведення ексклюзивних B2B-заходів.

Розглядаючи пріоритетні напрями конкурентних переваг на ринку ресторанного бізнесу в сучасних умовах доречно виділити основні акценти. Так, пріоритет прибутковості обирають 40% закладів та пріоритет продажів – 60%. Інвестиції в AI обирають 81% учасників ринку. Підвищення ефективності персоналу - 47%. Маркетингові стратегії та акції обирають 47% ресторанів. Акцент на адаптацію до доставки, як конкурентну перевагу роблять 36% закладів [6].

Таким чином, в міжнародній практиці наявна велика кількість підходів, їх інноваційних трактувань та креативних реалізацій. Баланс між автентичністю та стандартизацією – один з них. У сучасному кризовому середовищі конкурентна перевага ресторану визначається не лише якістю їжі, а й здатністю бути гнучким, стійким та орієнтованим на людину. Ті заклади, які сприймають кризу не як перешкоду, а як каталізатор змін, і будують свою стратегію навколо реальних потреб співробітників та громади, не просто можуть існувати, а і мати потенційні можливості виходити з випробувань сильнішими, перетворюючи виклики ринку на фундамент для майбутнього зростання та розвитку в галузі.

Список використаних джерел

1. Beyond the Menu: Financial and Risk Strategies for Restaurant Success URL:https://www.ajg.com/news-and-insights/financial-and-risk-strategies-for-restaurant-success/ (дата звернення: 26.02.2026).
2. Forrester, "HaiDiLao Cooks The Competition With Memorable Customer Service" URL: https://www.forrester.com/blogs/haidilao-cooks-the-competition-with-memorable-customer-service/(дата звернення: 27.02.2026).
3. Forrester, "HaiDiLao Cooks The Competition With Memorable Customer Service" URL: https://www.forrester.com/blogs/haidilao-cooks-the-competition-with-memorable-customer-service/(дата звернення: 27.02.2026).
4. Global Coffee Report, "Luckin Coffee establishes exclusive coconut island in Indonesia" URL:https://www.gcrmag.com/luckin-coffee-establishes-exclusive-coconut-island-in-indonesia/(дата звернення: 28.02.2026).
5. LinkedIn (Atica Paris), "Atica x Dior | Paris Fashion Week 2025" URL:https://www.linkedin.com/posts/aticaparis_atica-x-dior-paris-fashion-week-2025-activity-7380179913586339840-h0kP (дата звернення: 27.02.2026).

6. GBQ. (2026, 13 січня). Top 10 Trends Reshaping The Restaurant Industry In 2026. URL: https://gbq.com/top-10-trends-reshaping-the-restaurant-industry-in-2026/ / (дата звернення: 01.03.2026).

УДК 640.432:658.89
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: СИНЕРГІЯ СЕРВІСУ, МАРКЕТИНГУ ТА УПРАВЛІННЯ

Лемешев А. О., здобувач вищої освіти
Тонких О. Г., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: цифровий маркетинг, готельне господарство, інноваційні стратегії, цифрові канали, SEO, SMM, персоналізація послуг.

В умовах стрімкої діджиталізації глобальної економіки спостерігається незворотний процес трансформації маркетингових комунікацій у сфері гостинності. Традиційні рекламні інструменти поступово втрачають свою ефективність, поступаючись місцем комплексним цифровим стратегіям. Сучасний споживач є активним учасником інформаційного обміну, що змушує готельні підприємства адаптувати свої управлінські та маркетингові підходи, віддаючи перевагу тим закладам, які найшвидше інтегрують інноваційні цифрові канали у свою діяльність. Відповідно, формування синергії між сервісом, маркетингом та управлінням неможливе без впровадження ефективного цифрового інструментарію.

Цифровий (digital) маркетинг у готельному господарстві — це комплексна система просування послуг, що базується на використанні інтернет-технологій та інтерактивних цифрових каналів зв'язку. Його головне завдання полягає не лише у виведенні бренду на ринок та підвищенні його впізнаваності, але й у побудові довгострокових, лояльних відносин із цільовою аудиторією шляхом стимулювання продажів.

У сучасній маркетинговій практиці готельного бізнесу доцільно виокремлювати дві ключові форми взаємодії: Pull-стратегію (витягування) та Push-стратегію (проштовхування). Якщо Push-маркетинг передбачає ініціативу з боку підприємства (наприклад, email- та sms-розсилки), то Pull-форма є більш органічною, оскільки споживач самостійно шукає необхідний йому контент і робить свідомий вибір на користь певного бренду. В умовах перенасичення інформаційним шумом, саме Pull-

стратегії у поєднанні з омніканальним підходом демонструють найвищу ефективність.

Матриця цифрових каналів комунікації дозволяє класифікувати їх за рівнем контролю з боку підприємства та характером взаємодії (одностороння чи двостороння). До інструментів з високим рівнем контролю належать офіційні вебсайти та електронні розсилки. Водночас сучасні інноваційні стратегії вимагають переходу до двосторонньої комунікації, де ключову роль відіграють соціальні медіа (SMM). SMM кардинально змінило парадигму відносин «маркетолог-споживач», перетворивши монолог бренду на діалог. У соціальних мережах, таких як Facebook чи Instagram, споживачі шукають не суху рекламу, а реальний соціальний доказ, відгуки та живе спілкування навколо бренду.

Для досягнення синергії в управлінні готельним підприємством ключове значення має інтеграція наступного цифрового інструментарію:

1. Пошуковий маркетинг (SEM) та оптимізація (SEO): Забезпечують високу видимість вебсайту готелю в органічних результатах пошуку. Це фундамент цифрової присутності, який безпосередньо впливає на рівень прямих бронювань.
2. Контент-маркетинг: Стратегія створення експертного, корисного та емоційно залучаючого контенту (відеоткасти, блоги, віртуальні 3D-тури номерами), що формує ціннісну пропозицію для гостя.
3. Гіперперсоналізований Email-маркетинг: Відхід від масового спаму на користь інтелектуальної сегментації баз даних. Використання штучного інтелекту дозволяє аналізувати попередній досвід гостя та надсилати тригерні листи з індивідуальними пропозиціями саме в той момент, коли споживач планує подорож.
4. Web-аналітика та Big Data: Використання систем на кшталт Google Analytics для збору статистичної інформації про поведінку користувачів. Це дозволяє управлінському персоналу приймати рішення на основі реальних даних (data-driven decisions), оптимізуючи маркетингові бюджети.
5. Мобільний маркетинг та біометричні технології: Використання LBS (сервісів на основі геолокації) для надсилання push-повідомлень гостям, які знаходяться поблизу готелю. Інноваційним кроком є впровадження біометричних технологій (Face ID) для безконтактного чекіну, відкриття номерів чи автоматичної ідентифікації преференцій гостя при відвідуванні ресторану.

Отже, застосування цифрового маркетингу в готельному господарстві має низку беззаперечних переваг: забезпечення глибокої інтерактивності, подолання географічних бар'єрів, оперативність аналітики та можливість коригування стратегії в режимі реального часу.

Синергія сервісу, маркетингу та управління досягається тоді, коли цифрові інструменти не просто рекламують послугу, а стають невід'ємною частиною самого сервісу. Сучасні гості прагнуть безшовного цифрового

досвіду: від етапу пошуку готелю та бронювання зі смартфона до смарт-управління номером через додаток і залишення відгуку в соціальних мережах. Готельні підприємства, які розглядають цифровий маркетинг як стратегічний елемент управління якістю та взаємовідносинами з клієнтами, забезпечують собі стійку конкурентну перевагу на високодинамічному ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. "Definition of digital marketing". Financial Times. Archived from the original on 29 November 2017. Retrieved 22 August 2015.
2. "The Four Faces of Digital Marketing". American Marketing Association. Retrieved 22 August 2019.
3. Рубан В. В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Випуск 2-2 (08) / 2017.
4. Heikki, Karjaluoto (2015). "The usage of digital marketing channels in SMEs". Journal of Small Business and Enterprise Development. 22 (4): 633–651. doi:10.1108/JSBED-05-2013-0073.
5. Official site of Internet Marketing Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://imanetwork.org/.
6. Інтернет-джерело - The State of Search Engine Marketing 2006 (en-US).
7. Digital Marketing Tutorial [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/index.htm

УДК 338.48:640.4:658.8
ORCID:0000-0001-9642-8471

СОЛО-ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ТА МОДЕРНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ

Чернихівська А. В., кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: соло-туризм, туристичний досвід, готельно-ресторанний сектор, індивідуалізація послуг, персоналізація сервісу, цифрові платформи.

Сучасні глобальні зміни у соціальній, економічній та технологічній сферах створили умови для розвитку нових форм туризму. Зростання урбанізації, індивідуалізація способу життя та підвищення мобільності населення дозволяють подорожувати автономно, без участі організованих груп або супроводу родини. Поширення цифрових платформ для

бронювання, мобільних додатків і онлайн-сервісів забезпечило швидкий доступ до інформації про готелі, ресторани, культурні та розважальні програми, що зробило персоналізовані мандрівки більш зручними та привабливими [1].

Соло-туризм визначається як форма індивідуальних подорожей, під час яких турист переміщається без супроводу інших осіб, маючи повну автономію у плануванні маршруту, виборі послуг і взаємодії з інфраструктурою сфери гостинності та дозвілля [2, 4, 5].

Основна мета соло-туризму полягає у поєднанні самопізнання, отримання унікальних емоційних та культурних вражень, а також індивідуального управління власним часом і ресурсами під час подорожі.

Особливістю цього сегмента є високий рівень цифрової компетентності споживачів, їхня вимогливість до персоналізації сервісу та підвищена чутливість до приватності.

Соціальні трансформації сучасного суспільства суттєво активізували розвиток соло-туризму як окрему категорію туристичного ринку. Зростання рівня індивідуалізму, орієнтація на самореалізацію та переосмислення цінності особистого досвіду формують запит на подорожі, що не обмежуються рамками групових стандартів. Водночас урбанізований спосіб життя, високий темп повсякденної діяльності та дефіцит приватного простору зумовлюють підвищений попит на автономні поїздки як ефективний інструмент психологічного відновлення та емоційного перезавантаження.

Важливу роль у поширенні соло-туризму відіграють і економічні чинники, які формують його доступність та привабливість для широкого кола споживачів. Зокрема, зниження вартості транспортних послуг у поєднанні з розвитком середньої та бюджетної пропозиції на готельному ринку створює сприятливі умови для здійснення індивідуальних поїздок. Додатково зростає популярність короткострокових мандрівок, що не потребують значних фінансових витрат і дозволяють гнучко планувати відпочинок.

Однією з ключових сучасних тенденцій є активне зростання сегмента жіночих індивідуальних подорожей. Це пов’язано із підвищенням економічної незалежності, розширенням професійних можливостей та зміною соціальних ролей у сучасному суспільстві. Для багатьох жінок самостійні подорожі стають способом особистісного розвитку та культурного пізнання [3].

Паралельно збільшується попит на усамітнені та персоналізовані формати відпочинку. Індивідуальна мобільність направлена на спокій та приватне середовище, що дозволяють зосередитися на власних враженнях і культурному пізнанні дестинації.

У свою чергу, прагнення до отримання унікальних культурних і емоційних вражень формує нові вимоги до готельно-ресторанного сервісу [2].

Зростання сегмента соло-туристів стимулює зміни у структурі обслуговування. У готельному секторі це проявляється через оптимізацію номерного фонду, збільшення одномісних номерів та апартаментів з приватними зонами для роботи і відпочинку; персоналізацію сервісу через мобільні додатки та системи управління номером; організацію зон для усамітнення або соціальної взаємодії; розвиток компетенцій персоналу з цифрових навичок і психологічного супроводу гостей.

В ресторанному секторі вплив проявляється через адаптоване меню та порції для індивідуального споживання, створення інтерактивних зон для самостійних гостей, використання цифрових платформ для безконтактного замовлення та персоналізованих рекомендацій, а також роль персоналу як консультанта та координатора.

У відповідь готельно-ресторанний сектор пропонує невеликі бутик-готелі, персональні гастрономічні формати, кулінарні майстер-класи, wellness-програми та інші послуги, орієнтовані на забезпечення приватного та комфортного перебування. Водночас цифрові сервіси для бронювання та онлайн-платформи знижують організаційні бар'єри, дозволяючи споживачам самостійно планувати маршрут, бронювати номери та замовляти додаткові послуги без посередників.

Використання аналітики даних і особистих рекомендацій сприяє оперативній адаптації туристичного досвіду до індивідуальних потреб споживача, що, у свою чергу, підвищує рівень якості сервісу, комфорту та задоволеності від подорожі [5].

У підсумку варто зазначити, що соло-туризм виступає драйвером модернізації сервісних практик, зокрема підприємства сфери гостинності оновлюють просторові рішення, розширюють цифрові сервіси та підвищують професійні компетенції персоналу, орієнтуючись на особливі потреби споживачів.

Жіночий соло-туризм і попит на усамітнені формати стимулюють розвиток персоналізованих пропозицій, що поєднують безпеку, комфорт і унікальність туристичного досвіду, формуючи нові стандарти обслуговування та економічну ефективність.

Таким чином, соло-туризм стимулює системну інтеграцію сучасності, що поєднують якість, індивідуалізацію та ефективність, забезпечуючи перспективу розвитку галузі у сучасному туристичному середовищі.

Список використаних джерел

1. Габчак Н. В. Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період // *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2592/2510

2. Kim J., Lee H., Park S. Traveling alone, reviewing differently: identifying distinctive hotel evaluation behaviors of solo travelers // *Journal of*

Travel & Tourism Marketing. 2025. URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10548408.2024.2425103

3. Kumar J., Sharma P., Singh S., Verma R. Exploring the determinants of solo female travel intention: An empirical study // *Tourism Recreation Research*. 2024. URL: https://www.emerald.com/trc/article-pdf/5/1/82/9600356/trc-09-2023-0020.pdf

4. Liu C. Solo traveler's preference on tourism program // *Proceedings of the European Marketing Academy*. 2025. URL: https://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2025-126472.pdf

5. Mathew R. Solo tourism: insights, experiences and trends // *GRWS Academic Journal*. 2025. URL: https://grwsacademicjournal.com/academic/index.php/home/article/download/23/19

УДК 640.4:659.126
ORCID: 0000-0003-1573-7710

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Ахмедова О.О., доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Килюшик О.І., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, цифровий маркетинг, соціальні мережі, SMM-просування, маркетингові комунікації.

Ефективне маркетингове просування послуг завжди виступало важливим чинником успішної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Зростання конкуренції на ринку, цифровізація економіки та зміна поведінки споживачів зумовлюють необхідність використання сучасних маркетингових інструментів, які дозволяють підприємствам активно взаємодіяти з клієнтами та формувати позитивний імідж бренду. Одним із найбільш ефективних інструментів просування сьогодні є соціальні мережі, які забезпечують швидке поширення інформації, залучення нових клієнтів та підтримання комунікації з цільовою аудиторією.

Розвиток цифрових технологій значно змінив підходи до маркетингової діяльності підприємств індустрії гостинності. Сучасні споживачі активно використовують інтернет-ресурси для пошуку інформації про готелі та ресторани, ознайомлення з відгуками інших клієнтів, перегляду фотографій закладів та здійснення онлайн-бронювання.

У зв’язку з цим використання цифрових каналів комунікації стає необхідною умовою ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Маркетингові стратегії, що базуються на використанні інтернет-технологій, дозволяють значно підвищити ефективність просування послуг та розширити клієнтську аудиторію [1].

Соціальні мережі є важливим елементом сучасної системи маркетингових комунікацій. Вони дозволяють підприємствам встановлювати безпосередній контакт із потенційними клієнтами, демонструвати свої послуги, інформувати про нові пропозиції та формувати лояльність споживачів. Завдяки інтерактивному характеру соціальних платформ підприємства мають можливість отримувати зворотний зв’язок від клієнтів, оперативно реагувати на їхні запити та вдосконалювати якість обслуговування. Використання соціальних мереж також сприяє підвищенню впізнаваності бренду та формуванню позитивного іміджу підприємства на ринку [2].

Особливістю просування готельно-ресторанних підприємств у соціальних мережах є значна роль візуального контенту. Фотографії номерів, інтер’єру закладу, страв ресторану, а також відеоматеріали, що демонструють атмосферу відпочинку, дозволяють сформувати у потенційних клієнтів позитивне уявлення про підприємство та стимулюють їх до здійснення бронювання. У цьому контексті соціальні мережі виступають не лише як канал реклами, але й як інструмент формування емоційного зв’язку між брендом і споживачем.

Найбільш популярними соціальними платформами для просування у сфері готельно-ресторанного бізнесу є Instagram, Facebook та TikTok. Кожна з цих платформ має власні особливості та можливості для маркетингової діяльності. Instagram орієнтований переважно на візуальний контент, що робить його ефективним інструментом для демонстрації готельних номерів, інтер’єру закладу та ресторанних страв. Facebook використовується для поширення новин, рекламних кампаній та підтримання комунікації з клієнтами. TikTok дозволяє створювати короткі відеоролики, які швидко поширюються серед користувачів та сприяють популяризації бренду серед молодої аудиторії.

Ефективність використання соціальних мереж значною мірою залежить від правильно сформованої SMM-стратегії. Основними елементами такої стратегії є визначення цільової аудиторії, формування контент-плану, регулярність публікацій, використання якісного візуального контенту та активна взаємодія з підписниками. Важливим інструментом також є використання таргетованої реклами, яка дозволяє демонструвати рекламні повідомлення саме тим користувачам, які можуть бути потенційними клієнтами підприємства.

З метою підвищення ефективності просування готельно-ресторанного підприємства доцільно використовувати комплексний підхід до управління соціальними мережами. Такий підхід передбачає поєднання

інформаційних, рекламних та іміджевих публікацій, а також активну комунікацію з аудиторією. У цьому контексті важливим є формування системного контент-плану, який дозволяє забезпечити регулярність публікацій та підтримувати інтерес аудиторії до сторінок підприємства. Основні інструменти просування готельно-ресторанного підприємства у соціальних мережах представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Основні інструменти просування готельно-ресторанного підприємства у соціальних мережах

Інструмент просування	Характеристика	Очікуваний результат
1	2	3
Візуальний контент	Публікація фотографій номерів, інтер'єру готелю, ресторанних страв та атмосфери закладу	Формування позитивного іміджу підприємства
Відеоконтент	Використання коротких відеороликів, оглядів номерів, презентації послуг	Підвищення залученості аудиторії
Контент-план	Планування регулярних публікацій інформаційного та рекламного характеру	Системність маркетингової діяльності
Таргетована реклама	Налаштування рекламних кампаній для конкретної аудиторії	Залучення нових клієнтів
Взаємодія з аудиторією	Відповіді на коментарі, повідомлення та відгуки	Формування довіри до бренду

Джерело: сформовано автором на основі [1–4].

Як видно з таблиці, ефективне використання соціальних мереж передбачає поєднання різних інструментів цифрового маркетингу. Важливу роль відіграє не лише створення контенту, але й активна взаємодія з аудиторією. Відповіді на коментарі, обробка повідомлень та реагування на відгуки клієнтів дозволяють підвищити рівень довіри до підприємства та сформувати позитивну репутацію бренду.

Важливим напрямом удосконалення просування готельно-ресторанного підприємства є використання сучасних аналітичних інструментів соціальних мереж. Такі інструменти дозволяють оцінювати ефективність маркетингових кампаній, визначати рівень залученості аудиторії та аналізувати поведінку користувачів. На основі отриманих даних підприємства можуть коригувати свою маркетингову стратегію та підвищувати результативність просування.

Окрім цього, важливим інструментом маркетингового просування є співпраця з блогерами та лідерами думок. У сучасному цифровому середовищі рекомендації популярних блогерів можуть значно впливати на

рішення споживачів щодо вибору готелю чи ресторану. Такий підхід дозволяє розширити аудиторію та підвищити впізнаваність бренду [3].

Варто зазначити, що ефективне просування у соціальних мережах потребує системного підходу та професійного управління. Багато підприємств готельно-ресторанного бізнесу використовують соціальні мережі без чітко сформованої стратегії, що призводить до нерегулярної публікації контенту та низької ефективності маркетингових заходів. У зв'язку з цим доцільним є впровадження комплексної SMM-стратегії, яка передбачає чітке планування маркетингової діяльності та використання сучасних цифрових інструментів [4].

Таким чином, використання соціальних мереж є важливим напрямом удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Соціальні медіа забезпечують широкі можливості для просування послуг, формування іміджу бренду та залучення нових клієнтів. Ефективна стратегія SMM-просування сприяє підвищенню впізнаваності підприємства, зміцненню його конкурентних позицій на ринку та збільшенню обсягів реалізації послуг.

Отже, удосконалення просування готельно-ресторанного підприємства на основі інструментів соціальних мереж є важливим фактором підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. Використання сучасних цифрових технологій дозволяє підприємствам індустрії гостинності адаптуватися до змін ринкового середовища та забезпечувати стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Воляник Г., Марушко Н. (2024). Сучасні маркетингові стратегії у готельному бізнесі: інструменти залучення та утримання клієнтів. *Економіка та суспільство*. № 66. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-122 (дата звернення: 05.03.2026).

2. Постова В. (2022). Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через інтернет. *Економіка та суспільство*. № 36. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-47 (дата звернення: 05.03.2026).

3. Akhmedova O.O. (2025). Innovative approaches and digital technologies in hotel and restaurant business management in Ukraine under contemporary challenges / Managerial practices and challenges in various economic sectors: scientific monograph. Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 278 p. (pp 84-97) https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/32448

4. Yakushev , O., Kozlovska , S., Sushko , N., Podolian , Y. і Tykhonova , I. (2022). Improvement of strategic management of the development of hotel and restaurant business enterprises. *Економіка і організація управління*, 228-239. DOI:https://doi.org/10.31558/2307-2318.2022.2.22. (дата звернення: 05.03.2026).

УДК 338.48

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Корженко Я.О., здобувач вищої освіти
Науковий керівник Семенюк Л.Л., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу, кандидат географічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: гірськолижний туризм, внутрішній туризм, Карпатський регіон, Водяники.

Гірськолижний туризм є важливим сегментом сучасної туристичної індустрії та одним із перспективних напрямів розвитку внутрішнього туризму в Україні. Його значення визначається поєднанням рекреаційних, спортивних та соціально-економічних функцій. Розвиток гірськолижних курортів сприяє активізації економічної діяльності у гірських регіонах, створенню нових робочих місць, розвитку транспортної інфраструктури та підвищенню туристичної привабливості територій.

У наукових дослідженнях, зокрема Масляка П.О., гірськолижний туризм розглядається як спеціалізований вид активного туризму, що передбачає переміщення туристів до гірських територій з метою занять зимовими видами спорту, відпочинку та отримання рекреаційних послуг у зимовий період. Його розвиток значною мірою залежить від природно-кліматичних умов, наявності стабільного снігового покриву, транспортної доступності курортів та рівня розвитку туристичної інфраструктури [1].

Особливістю гірськолижного туризму є висока залежність від природних ресурсів та сезонності функціонування. Для забезпечення стабільності роботи курортів важливим є впровадження сучасних технологій, зокрема систем штучного засніження трас, модернізація підйомників, розвиток сервісної інфраструктури та диверсифікація туристичних послуг. Сучасні курорти поступово перетворюються на багатофункціональні туристичні комплекси, що пропонують не лише зимові, але й літні види активного відпочинку.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану гірськолижного туризму в Україні та визначення перспектив його розвитку шляхом створення нового туристичного продукту.

Основні центри розвитку гірськолижного туризму в Україні зосереджені у Карпатському регіоні, де природно-кліматичні умови сприяють формуванню зимових туристичних дестинацій. Найбільш відомим і найбільшим гірськолижним курортом України є Буковель, який характеризується високим рівнем інфраструктури, сучасною системою

підйомників та значною кількістю гірськолижних трас різної складності. Значну роль у розвитку гірськолижного туризму також відіграють такі курорти, як: Драгобрат, Славсько, Пилипець, Подобовець, Красія, Мигове, Буковиця, Яблуниця та інші туристичні комплекси Карпатського регіону.

Кожен із зазначених курортів має власну спеціалізацію та особливості функціонування. Наприклад, Драгобрат відомий як найвисокогірніший курорт України, що забезпечує триваліший зимовий сезон, тоді як Славсько є одним із найстаріших центрів гірськолижного туризму в країні. Курорти Пилипець і Подобовець відомі своєю природною привабливістю та популярністю серед прихильників активного зимового відпочинку [2].

Крім карпатських курортів, в Україні функціонують також не високогірні гірськолижні комплекси, розташовані поблизу великих міст. До них належать «Протасів Яр» та «Golosiyv Ski Park» у Києві, туристичний комплекс «Водяники» у Черкаській області та інші. Такі об'єкти відіграють важливу роль у розвитку внутрішнього туризму, оскільки роблять зимовий відпочинок доступнішим для мешканців центральних та східних регіонів країни.

До 2020 року розвиток гірськолижного туризму в Україні характеризувався зростанням туристичних потоків, модернізацією курортної інфраструктури та розширенням спектра туристичних послуг. Активно впроваджувалися нові технології обслуговування туристів, модер нізувалися підйомні системи, удосконалювалася система підготовки трас та підвищувався рівень сервісу.

Після початку повномасштабної війни структура туристичного ринку зазнала певних змін. Потік іноземних туристів значно скоротився, тоді як основну частку відвідувачів гірськолижних курортів становлять внутрішні туристи. Це сприяло переорієнтації туристичного бізнесу на внутрішній ринок та адаптації туристичних послуг до нових умов функціонування [3]. Попри складні економічні та безпекові умови, попит на зимовий відпочинок в Україні залишається стабільним. Водночас розвиток гірськолижного туризму стримується такими чинниками, як сезонність туристичних потоків, значна капіталомісткість інфраструктурних проектів та залежність від природно-кліматичних умов.

У межах проведеного дослідження було розроблено туристичний продукт - гірськолижний тур до туристичного комплексу «Водяники», який розташований у Черкаській області, є одним із найбільших центрів зимового відпочинку у центральній частині України та має розвинену гірськолижну інфраструктуру.

Запропонований гірськолижний тур розрахований на 4 дні та 5 ночей і орієнтований на молодь, студентів та туристів із середнім рівнем підготовки.

Розміщення туристів пропонується у готельно-ресторанному комплексі «Водяники», що розташований в приблизно 200 метрах від

лижних трас. Проживання передбачено у двомісних номерах «Стандарт» зі сніданками, що забезпечує комфортне перебування туристів під час подорожі.

Програма туру включає катання на гірськолижних трасах різного рівня складності, користування підйомниками, прокат гірськолижного спорядження та навчальні заняття з інструктором для початківців. Окрім основної спортивної складової, туристам пропонується використання рекреаційної інфраструктури комплексу: відвідування ресторанів і кафе, SPA-зони, сауни та зон відпочинку, а також організація вечірнього дозвілля у межах комплексу, що включає караоке та шоу програми. Програма туру передбачає прибуття, поселення та SPA у перший день, активне катання на лижах або сноуборді протягом другого і третього дня, а також відпочинок і додаткові рекреаційні послуги комплексу. У заключний день передбачено завершення програми, виселення та повернення туристів до місця проживання.

Орієнтовна вартість туру станом на 2026 рік складає близько 12000 гривень/особа, що включає проживання за 5 ночей (6750 гривень), користування підйомниками у денний і вечірній час (абонемент 1600 гривень), прокат спорядження комплектом: лижі, черевики, палиці (800 гривень/4 дні), послуги інструктора за 1 годину (800 гривень) та транспортні витрати, що передбачають квитки на потяг та трансфер в дві сторони (1200-1800 гривень).

Важливою перевагою запропонованого туру є його географічна доступність для туристів центральних регіонів України. Завдяки близькому розташуванню комплексу «Водяники» до великих міст зменшуються транспортні витрати, що робить зимовий відпочинок доступнішим для широкого кола туристів.

Отже, гірськолижний туризм в Україні має значний потенціал подальшого розвитку. Перспективи галузі пов’язані з модернізацією туристичної інфраструктури, розширенням географії гірськолижних комплексів та створенням нових туристичних продуктів, орієнтованих на внутрішній туристичний ринок. Практичне значення дослідження полягає у розробці туристичного продукту, який може бути використаний туристичними підприємствами для розширення спектра туристичних послуг та підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії України.

Список використаних джерел

1. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навчальний посібник. К.: Знання, 2008. 343 с.

2. Найкращі гірськолижні курорти України. URL: https://www.momondo.ua (дата звернення: 10.03.2026)

3. Гірськолижний відпочинок під час війни: як працюють українські курорти? URL: https://megatour.ua (дата звернення: 10.03.2026)

УДК: 338.48:008(477)

ШЕВЧЕНКІВСЬКІ МІСЦЯ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Трень А.О., здобувач вищої освіти
Кравченко Я.О, здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: культурна спадщина, шевченківські місця, історико-культурний туризм, туристичні маршрути

Тарас Григорович Шевченко є однією з найвизначніших постатей української історії та культури. Його творчість, життєвий шлях і громадянська позиція стали символом боротьби за національну ідентичність і духовну незалежність українського народу. Об’єкти, пов’язані з життям і діяльністю поета, становлять важливу складову культурної спадщини України та мають значний потенціал як ресурс розвитку національного туризму.

У сучасних умовах зростає значення внутрішнього туризму як чинника соціально-економічного розвитку держави та формування національної свідомості. У цьому контексті шевченківські місця виступають не лише як історико-культурні об’єкти, а й як туристичні блага, здатні формувати туристичний попит і забезпечувати розвиток регіонів [1].

Шевченківські місця охоплюють широкий спектр об’єктів — населені пункти, музеї, пам’ятники, меморіальні комплекси та природні ландшафти, пов’язані з життям і творчістю Тараса Шевченка. Найвідомішими серед них є село Моринці, де народився поет, село Шевченкове, де минули його дитячі роки, місто Канів із Тарасовою горою — місцем поховання, а також Київ, Черкаси та інші населені пункти, пов’язані з його життєвим шляхом.

Ці об’єкти мають не лише історичну, але й глибоку символічну цінність, оскільки виступають осередками формування національної пам’яті. Через їх відвідування туристи отримують можливість глибше зрозуміти світогляд поета, його роль у розвитку української культури та значення для формування національної ідентичності.

Шевченківські об’єкти характеризуються високим туристичним потенціалом, поєднуючи культурну, освітню та духовну складові. Багато з них функціонують як музеї або національні заповідники та щороку приймають значну кількість відвідувачів. Зокрема, Шевченківський

національний заповідник у Каневі є одним із провідних історико-культурних центрів України, де зосереджено важливі пам'ятки, пов'язані з життям і творчістю поета.

Одним із ефективних напрямів розвитку туристичного потенціалу є формування тематичних туристичних маршрутів. Шевченківські маршрути можуть охоплювати різні регіони України, поєднуючи ключові об'єкти в єдину логічну систему. Такі маршрути сприяють збільшенню туристичних потоків, розвитку місцевої інфраструктури та популяризації історико-культурної спадщини серед молоді [2].

В умовах сучасних соціально-економічних викликів розвиток внутрішнього туризму набуває особливого значення. Використання шевченківських місць як туристичного ресурсу сприяє створенню нових робочих місць, розвитку малого та середнього бізнесу, підвищенню інвестиційної привабливості регіонів.

Важливим інструментом популяризації шевченківської спадщини є впровадження сучасних цифрових технологій. Інтерактивні виставки, аудіогіди, віртуальні тури та мобільні додатки дозволяють зробити культурні об'єкти більш доступними та привабливими для широкої аудиторії. Це сприяє розширенню туристичної бази та залученню нових категорій відвідувачів.

Значну роль у розвитку шевченківського туризму відіграють культурні заходи, зокрема літературні фестивалі, мистецькі виставки, театральні постановки та освітні програми. Вони не лише популяризують творчість Тараса Шевченка, але й сприяють формуванню позитивного іміджу України на міжнародному рівні.

Туристичні оператори активно розробляють тематичні маршрути, що передбачають відвідування ключових шевченківських місць. Зокрема, популярністю користуються одноденні тури з відвідуванням Моринців, Шевченкового та Канева, які відображають основні етапи життєвого шляху поета — від народження до місця його поховання.

Водночас існує низка проблем, що стримують повною мірою реалізацію туристичного потенціалу цих об'єктів. До них належать недостатній рівень розвитку інфраструктури, обмежене фінансування, низький рівень цифровізації та недостатня популяризація на міжнародному туристичному ринку. Вирішення цих проблем потребує комплексного підходу, що включає державну підтримку, залучення інвестицій та розвиток партнерства між державним і приватним секторами.

Отже, шевченківські місця є важливим елементом культурної спадщини України та мають значний потенціал для розвитку національного туризму. Вони поєднують історичну, освітню та духовну цінність, сприяючи формуванню національної ідентичності та популяризації української культури.

Ефективне використання цих ресурсів у туристичній сфері може стати важливим чинником соціально-економічного розвитку регіонів,

підвищення їх туристичної привабливості та зміцнення міжнародного іміджу України. Подальший розвиток шевченківського туризму потребує інтеграції інноваційних підходів, модернізації інфраструктури та активізації культурно-просвітницької діяльності.

Ім’я Тараса Шевченка є відомим у всьому світі, а об’єкти, пов’язані з його життям і творчістю, становлять важливий ресурс для розвитку туристичної галузі України, який потребує подальшого дослідження та ефективного використання.

Список використаних джерел

1. Зубехіна Т., Романюк В. Стратегії розвитку конкурентоспроможності суб’єктів культурного туризму у повоєнний час. *Економіка та суспільство*. 2025. №77.

2. Степанов В. Ю., Божко Л. Д. Туризм як соціально-культурний інститут . *Культура України*. 2022. №78. С. 45–52.

УДК УДК 640.4:004.738.5

ВПЛИВ ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЇ НА ПОПИТ І ПРИБУТКОВІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мацапура Д. В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Семенюк Л.Л., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: онлайн-репутація, готельні підприємства, попит, прибутковість, відгуки.

У сучасних умовах цифровізації економіки та активного розвитку інформаційних технологій особливого значення для підприємств сфери гостинності набуває формування позитивної онлайн-репутації. Для готельних підприємств репутація в мережі Інтернет стає одним із ключових факторів, що впливають на вибір споживачів, формування попиту на послуги та фінансові результати діяльності. Саме тому питання управління онлайн-репутацією набуває актуальності та потребує комплексного дослідження.

Сьогодні значна частина потенційних клієнтів перед бронюванням готелю ознайомлюється з відгуками інших користувачів на різних цифрових платформах, туристичних сервісах та в соціальних мережах [1]. Відгуки клієнтів, рейтинги, коментарі та оцінки формують загальне уявлення про якість послуг готелю, рівень сервісу та довіру до бренду. Таким чином, онлайн-репутація виступає своєрідним індикатором

надійності готельного підприємства та суттєво впливає на поведінку споживачів.

Онлайн-репутацію готелю можна визначити як сукупність думок, оцінок та відгуків користувачів у цифровому середовищі, що формують загальне сприйняття підприємства потенційними клієнтами [2]. Вона формується через різноманітні інтернет-платформи, включаючи сайти бронювання, туристичні портали, соціальні мережі та спеціалізовані сервіси з відгуками. Позитивні відгуки сприяють підвищенню довіри до готелю, тоді як негативні можуть суттєво впливати на рішення клієнтів та зменшувати попит на послуги.

Важливу роль у формуванні онлайн-репутації відіграє якість обслуговування клієнтів. Якщо готель забезпечує високий рівень сервісу, комфортні умови проживання та оперативне вирішення проблем гостей, це значно підвищує ймовірність отримання позитивних відгуків [4]. Натомість низький рівень обслуговування або невідповідність очікуванням клієнтів часто стає причиною негативних коментарів, які швидко поширюються в інформаційному просторі.

Слід зазначити, що онлайн-репутація має безпосередній вплив на попит на готельні послуги. Багато досліджень підтверджують, що споживачі схильні обирати готелі з вищим рейтингом і більшою кількістю позитивних відгуків. Навіть незначне підвищення рейтингу може призвести до збільшення кількості бронювань, адже користувачі сприймають такі готелі як більш надійні та якісні. У результаті це сприяє зростанню завантаженості номерного фонду та підвищенню попиту на послуги підприємства [3].

Крім того, позитивна онлайн-репутація безпосередньо впливає на прибутковість готельних підприємств. Готелі з високими рейтингами можуть встановлювати вищі ціни на свої послуги, оскільки споживачі готові платити більше за гарантію якості та комфортного відпочинку [4]. Водночас підприємства з негативною репутацією змушені знижувати ціни або використовувати додаткові маркетингові стимули для залучення клієнтів, що може негативно позначатися на їхній прибутковості.

У сучасних умовах готельним підприємствам необхідно приділяти значну увагу управлінню онлайн-репутацією. Це передбачає систематичний моніторинг відгуків клієнтів, оперативне реагування на коментарі, аналіз зауважень гостей та впровадження заходів щодо покращення якості обслуговування. Важливим аспектом є також комунікація з клієнтами в цифровому середовищі, адже своєчасна відповідь на відгуки демонструє зацікавленість підприємства у задоволенні потреб гостей.

Ефективне управління онлайн-репутацією передбачає використання комплексу маркетингових інструментів. До них належать активна присутність у соціальних мережах, стимулювання клієнтів до залишення відгуків, створення якісного контенту, а також формування позитивного

іміджу бренду, в цьому допомагає використання сучасних аналітичних інструментів, які дозволяють оцінювати динаміку відгуків, визначати ключові проблеми та розробляти стратегії їх вирішення.

Отже, ефективне управління онлайн-репутацією повинно стати одним із ключових напрямів діяльності готельних підприємств у сучасному цифровому середовищі. Використання сучасних маркетингових інструментів, підвищення якості обслуговування та активна взаємодія з клієнтами дозволять формувати позитивний імідж готелю та забезпечувати стабільне зростання попиту і прибутковості.

Список використаних джерел

1. Білько О. О. Методика здійснення внутрішнього контролю витрат готельного бізнесу: теорія та практика. *Вісник ЛТЕУ. Серія «Економічні науки»*. 2025. № 8. URL: https://www.journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/vie w/2052 (дата звернення: 20.03.2026).

2. Мальська М., Худо В., Пурська І. Управління проєктами в туристичній діяльності : навч. посіб. Київ, 2025. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/Malska_KHudo_Purska_Upravlinnia-proiektamy-v-tur_diialn_2025.pdf (дата звернення: 20.03.2026).

3. Світлична В. Ю., Александрова С. А. Ефективні комунікації в готельно-ресторанному господарстві : конспект лекцій (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа). 2024. URL: https://eprints.kname.edu.ua/61685/1/181%D0%9B.pdf (дата звернення: 20.03.2026).

4. Сусіденко В. Т., Гуштан Т. В., Каганець-Гаврилко Л. П., Вакула І. Сучасні інформаційні системи в готельно-ресторанному бізнесі. *Академічні візії*. 2025. № 41. URL: https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/1844/ 1712 (дата звернення: 20.03.2026).

УДК 640.4:339.138
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1996-7663

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Постолатій М.В., здобувач вищої освіти
Ткачук Л.М., кандидат географічних наук, доцент, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: маркетинг, готельний комплекс, маркетингова діяльність, індустрія гостинності, цифровий маркетинг, конкурентоспроможність.

Маркетингова діяльність готельного комплексу являє собою цілісну систему управлінських і організаційних заходів, спрямованих на формування попиту на готельні послуги, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та забезпечення його ефективного функціонування на ринку гостинності. У сучасних умовах маркетинг виступає одним із ключових інструментів розвитку готельного бізнесу, оскільки дає змогу підприємствам адаптуватися до динамічних змін ринкового середовища та трансформації потреб споживачів.

Специфіка маркетингу в готельній індустрії зумовлена нематеріальним характером послуг, їх невіддільністю від процесу споживання, а також значною залежністю якості обслуговування від професійного рівня персоналу. У зв'язку з цим маркетингова діяльність готельного комплексу має ґрунтуватися на комплексному підході до управління послугами, що передбачає проведення маркетингових досліджень, розроблення стратегії, організацію просування та ефективне управління взаємовідносинами з клієнтами.

Вагомою складовою маркетингової діяльності є аналіз ринку готельних послуг, який включає дослідження попиту, сегментацію споживачів, оцінювання конкурентного середовища та визначення ключових ринкових тенденцій. Проведення таких досліджень дає можливість готельним підприємствам ідентифікувати потреби клієнтів і формувати власні конкурентні переваги. В умовах нестабільності ринкового середовища особливого значення набуває розроблення гнучких маркетингових стратегій, що враховують вплив економічних і соціальних чинників розвитку ринку [1].

Реалізація маркетингової діяльності готельного комплексу здійснюється через комплекс маркетингу (marketing mix), який охоплює основні елементи: продукт, ціну, просування та канали збуту. Готельний продукт включає сукупність основних і додаткових послуг, що надаються споживачам, зокрема послуги проживання, харчування, додаткові сервіси, організацію дозвілля, а також конференц-обслуговування. Формування конкурентоспроможного готельного продукту передбачає врахування потреб цільових сегментів і забезпечення високого рівня якості обслуговування.

Цінова політика готельного комплексу формується з урахуванням рівня попиту, сезонних коливань, категорії готелю та цінової політики конкурентів. Одним із ефективних інструментів цінового маркетингу є застосування гнучких тарифів, спеціальних пропозицій і систем знижок для різних категорій споживачів. Такі підходи сприяють підвищенню рівня завантаженості номерного фонду та зростанню доходів підприємства.

Важливе місце у структурі маркетингової діяльності займає просування готельних послуг. Сучасні готельні підприємства застосовують широкий спектр комунікаційних інструментів, серед яких реклама, PR-заходи, участь у спеціалізованих туристичних виставках, партнерська взаємодія з туристичними агентствами, а також цифрові канали комунікації. Особливого значення набуває інтернет-маркетинг, який забезпечує оперативне інформування потенційних клієнтів про послуги готелю.

У сучасних умовах одним із пріоритетних напрямів розвитку маркетингової діяльності є впровадження інноваційного маркетингу. Він передбачає використання новітніх підходів до управління підприємством, застосування сучасних технологій просування та створення інноваційних видів послуг. Такий підхід забезпечує більш оперативне реагування на зміни ринкового середовища та формування нових конкурентних переваг [2].

Значний вплив на розвиток маркетингової діяльності готельних підприємств має процес цифровізації економіки. Цифровий маркетинг передбачає використання інформаційно-комунікаційних технологій для просування послуг, аналізу поведінки споживачів і управління взаємовідносинами з клієнтами. До ключових інструментів цифрового маркетингу належать офіційні вебсайти готелів, соціальні мережі, онлайн-системи бронювання, електронна реклама та контент-маркетинг.

Застосування цифрових інструментів дозволяє підприємствам готельної індустрії істотно розширювати канали комунікації зі споживачами та підвищувати результативність маркетингових заходів. Крім того, сучасні технології забезпечують можливість аналізу поведінкових моделей клієнтів, оцінювання ефективності рекламних кампаній і формування персоналізованих пропозицій для різних сегментів ринку. У зв’язку з цим цифрова стратегія виступає невід’ємним елементом сучасної маркетингової діяльності підприємств сфери гостинності [3].

Одним із важливих напрямів удосконалення маркетингової діяльності готельного комплексу є формування позитивного іміджу підприємства. Імідж готелю формується під впливом якості наданих послуг, рівня сервісу, ділової репутації та ефективності комунікації з клієнтами. Позитивний імідж сприяє підвищенню довіри споживачів і створенню стійких конкурентних переваг на ринку.

Не менш важливим напрямом є впровадження програм лояльності для клієнтів. Такі програми спрямовані на стимулювання повторних візитів, формування довгострокових взаємовідносин із клієнтами та підвищення рівня їх задоволеності послугами. До основних інструментів належать бонусні програми, накопичувальні системи знижок, спеціальні пропозиції для постійних клієнтів і персоналізовані сервісні рішення.

Отже, маркетингова діяльність є ключовою складовою ефективного функціонування готельного комплексу. Вона охоплює аналіз ринку,

розроблення маркетингової стратегії, застосування комплексу маркетингу, використання цифрових технологій та впровадження інноваційних підходів до просування послуг. Удосконалення маркетингової діяльності готельних підприємств має бути орієнтоване на активне використання цифрових інструментів, розвиток інноваційного маркетингу, підвищення якості сервісу та формування позитивного іміджу підприємства. Реалізація зазначених заходів сприятиме зміцненню конкурентних позицій готельних комплексів і забезпечить їх сталий розвиток у сучасних умовах ринкової економіки.

Список використаних джерел

1. Коваленко Л., Нагернюк Д. Стратегія розвитку маркетингу готельних послуг в умовах нестабільності ринкового середовища. Економіка та суспільство. 2021. № 30. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-24 (дата звернення: 07.03.2026).
2. Олійник О. В., Шіковець К. О. Стратегія інноваційного розвитку підприємства в умовах інноваційного маркетингу. Ефективна економіка. 2025. № 9. URL: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.68 (дата звернення: 07.03.2026).
3. Стадніченко В. В., Чухно Н. П. Цифрова стратегія в комплексі маркетингу. Journal of Strategic Economic Research. 2025. № 5. С. 142–151. URL: https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.5.11 (дата звернення: 07.03.2026).

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ НІШЕВОГО ТУРИЗМУ: ДОСВІД МАВРИТАНІЇ ТА ПРАКТИКА СТАНДАРТИЗОВАНОЇ ГОСТИННОСТІ

Скоренко Я.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій тадизайну

Актуальність дослідження. Сучасний ринок туристичних послуг демонструє стійкий перехід від масових стандартизованих продуктів до унікального, нішевого досвіду. Важкодоступні дестинації, такі як західна Африка, стають перспективним напрямком для розвитку експедиційного та індивідуального туризму. Водночас, класична вітчизняна індустрія гостинності шукає шляхи оновлення сервісних моделей для задоволення запитів сучасного мандрівника. Аналіз специфіки обслуговування в екстремальних умовах дозволяє виявити ефективні патерни персоналізації сервісу. Метою дослідження є визначення перспектив нішевого туризму в регіоні Сахари та розгляд можливостей імплементації елементів індивідуалізованого підходу в практику вітчизняних засобів розміщення на прикладі готельного комплексу «Турист».

Аналіз організаційних процесів у сфері туризму виявляє кардинальні відмінності між масовим та нішевим сегментами. Основний акцент у даному дослідженні зроблено на логістичному забезпеченні та системах бронювання туристичних послуг. На прикладі столичного готельного комплексу «Турист» ми спостерігаємо класичну модель стандартизованої гостинності: використання глобальних систем дистрибуції (GDS), інтеграцію з провідними онлайн-туристичними агенціями (OTA) та високу транспортну доступність. Процес клієнтського шляху (customer journey) є максимально автоматизованим, а логістика гостя до об'єкта розміщення не потребує спеціального втручання менеджменту готелю.

Натомість, організація індивідуального туру до Мавританії демонструє абсолютно іншу управлінську парадигму. У важкодоступних регіонах Сахари цифрова присутність засобів розміщення (локальних auberges, пустельних кемпінгів) є мінімальною. Бронювання та планування здійснюються через децентралізовані канали (наприклад, пряму комунікацію з локальними провайдерами у месенджерах). Логістика вимагає побудови складних мультимодальних ланцюгів в умовах відсутності класичної інфраструктури, що унеможливлює жорстку стандартизацію та вимагає високого рівня ситуативного менеджменту.

Другим важливим аспектом порівняння є формат взаємодії з гостем. У стандартизованих закладах рівня готелю «Турист» комунікація регламентується стандартними операційними процедурами (SOP), а ролі персоналу суворо розмежовані. У мавританському нішевому туризмі провайдер послуг (гід або власник кемпінгу) виконує роль крос-функціонального менеджера: він поєднує функції логіста, гаранта безпеки та культурного медіатора. Така дестандартизація сервісу руйнує формальні бар'єри та забезпечує глибоку персоналізацію, що є ключовим драйвером економіки вражень. Інтеграція подібних елементів персоналізованого супроводу (наприклад, створення інституту guest relations менеджерів з розширеними повноваженнями) може стати інноваційним кроком для великих вітчизняних готелів.

Емпіричний досвід автора, здобутий під час польового дослідження туристичної інфраструктури Мавританії (зокрема, логістичних вузлів у місті Нуадібу та маршруту до Зуерату), підтверджує критичну роль неформальної логістики. В умовах відсутності маркованих маршрутів та туристичної навігації мандрівник змушений покладатися на ситуативний менеджмент. Виражений мовний бар'єр (домінування арабської та французької мов) часто компенсується за рахунок спонтанної крос-культурної медіації — залучення третіх осіб (наприклад, іноземних працівників інфраструктурних об'єктів) для здійснення комунікації з представниками місцевої влади чи поліції.

Крім того, сфера фінансових розрахунків у локальному транспорті (наприклад, послуги таксі) позбавлена жорсткої стандартизації, що нерідко

призводить до цінових дисбалансів. Однак відсутність регламентованого сервісу, характерного для таких закладів як готель «Турист», компенсується дієвим інститутом громадського арбітражу та глибокою імерсивною гостинністю. Інтеграція туриста в місцеве середовище відбувається через традиційні соціальні ритуали (наприклад, місцеві чайні церемонії), що формує унікальний клієнтський досвід, недоступний у класичному пакетному туризмі.

Важливим бар'єром для розвитку туризму в регіонах Північної та Центральної Африки залишаються стереотипи щодо безпеки. Проте емпіричні польові спостереження в Мавританії свідчать про високий рівень соціально-психологічної безпеки для іноземців. Традиційна повага місцевого населення до мандрівників формує базис гостинності, а потенційні конфліктні ситуації на побутовому рівні ефективно нівелюються завдяки внутрішньому соціальному контролю всередині громад. Основні ризики для мандрівника лежать не в кримінальній, а в інституційній площині: комунікаційні бар'єри та прояви локальної неформальної ренти (наприклад, затягування перевірок патрульною поліцією з метою отримання неправомірної вигоди). В організованому туризмі ці ризики мінімізуються через попередні домовленості локальних операторів, проте в індивідуальному сегменті вони вимагають від туриста високого рівня стресостійкості та навичок кризового менеджменту.

Незважаючи на зазначені виклики, Мавританія володіє ексклюзивним туристичним активом. Показовим прикладом синергії логістики та економіки вражень є використання індустріальної інфраструктури в туристичних цілях — зокрема, подорож найдовшим у світі вантажним потягом, що курсує до залізнорудних шахт Зуерату. Трансформація суто промислового об'єкта в глобальну туристичну дестинацію для шукачів екстремального досвіду є прикладом інноваційного маркетингу територій, який може бути адаптований для просування неочевидних туристичних магнітів в інших країнах

*Висновки***.** Отже, проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що глобальний тренд на індивідуалізацію туристичного досвіду вимагає перегляду класичних підходів до управління індустрією гостинності. На прикладі важкодоступних регіонів Мавританії доведено, що відсутність розвиненої інфраструктури та жорстких сервісних регламентів успішно компенсується високим рівнем крос-культурної медіації, гнучкою неформальною логістикою та імерсивною залученістю місцевих стейкхолдерів. Цей досвід організації нішевого туризму в екстремальних умовах має неочікувану, але критично важливу практичну цінність для українського ринку.

В епоху глобальної нестабільності, що особливо гостро відчувається в кризових реаліях сучасної України, класична парадигма суворо стандартизованого сервісу (на прикладі готельного комплексу «Турист») демонструє свою вразливість перед непередбачуваними екзогенними

факторами. Головний урок мавританського досвіду полягає у необхідності впровадження моделі «адаптивної гостинності» (agile hospitality). Це означає, що базові операційні стандарти закладу розміщення повинні слугувати лише фундаментом, залишаючи простір для миттєвої трансформації під час інфраструктурних, безпекових чи логістичних збоїв. Формування у персоналу навичок ситуативного кризового менеджменту та здатності нівелювати системні недоліки щирою, персоніфікованою комунікацією дозволяє зберегти високий рівень клієнтської лояльності навіть у форс-мажорних обставинах. Таким чином, синергія технологічної стандартизації та глибокої "польової" адаптивності є запорукою стійкого та інноваційного розвитку вітчизняного туризму.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт готелю «Турист» Офіційний сайт. URL: https://hotel-tourist.kiev.ua/ (дата звернення 20.03.2026).
2. Booking. Офіційний сайт URL: https://www.booking.com/ (дата звернення: 19.03.2026).
3. Журнал ЧДТУ Інновації та технології в сфері послуг: науковий журнал. URL: https://www.journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf (дата звернення: 19.03.2026).
4. Журнал КНУКіМ Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації : науковий журнал URL: http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/ (дата звернення: 17.03.2026).
5. Журнал "Підприємництво та інновації". URL: http://www.ei-journal.in.ua/ (дата звернення: 18.03.2026).
6. Сайт посольства Ісламської Республіки Мавританії Офіційний сайт. URL: https://embassyofmauritania.be/ (дата звернення: 18.03.2026).

УДК 338.48-043.86

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Хамбір А.Р., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: туризм, цифровізація, управлінські інновації, конкурентоспроможність, інноваційні бізнес-моделі.

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується високим рівнем турбулентності та невизначеності, що зумовлюється цілою низкою взаємопов’язаних глобальних викликів. Серед них особливе місце посідають кліматичні зміни, які впливають на природні ресурси та

сезонність туристичних потоків, пандемії, що здатні практично миттєво паралізувати міжнародну мобільність, а також геополітичні конфлікти, які змінюють безпекові пріоритети та напрями туристичних переміщень. Водночас стрімка цифрова трансформація суспільства змінює підходи до ведення бізнесу, комунікації з клієнтами та організації сервісу, а трансформація споживчих поведінкових моделей зумовлює зростання попиту на індивідуалізовані, безпечні та екологічно відповідальні послуги.

У таких умовах туристична індустрія та готельно-ресторанний бізнес змушені не лише адаптуватися до нових реалій, а й переосмислювати власні стратегії розвитку. Підприємства галузі дедалі частіше переходять від традиційних моделей функціонування до більш гнучких, інноваційних і клієнтоорієнтованих підходів, які дозволяють швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Особливого значення набуває здатність бізнесу до антикризового управління, диверсифікації послуг та впровадження нових форматів обслуговування, що відповідають сучасним викликам і очікуванням споживачів.

У цьому контексті концепція сталого розвитку виступає не просто теоретичною моделлю, а практичним орієнтиром для забезпечення довгострокового функціонування та конкурентоспроможності підприємств. Сталий розвиток у сфері туризму передбачає гармонійне поєднання економічних, соціальних і екологічних аспектів діяльності, що дозволяє досягати балансу між отриманням прибутку та відповідальним ставленням до довкілля і суспільства.

Одним із ключових викликів для індустрії гостинності стала пандемія COVID-19, яка суттєво змінила структуру туристичних потоків і підходи до організації сервісу. Однак ще більшого впливу на український туристичний сектор завдала повномасштабна війна, що призвела до різкого скорочення міжнародного туризму та переорієнтації ринку на внутрішнього споживача. Так, у 2024 році кількість міжнародних туристів залишалася майже на 60% нижчою за довоєнний рівень, тоді як внутрішній туризм скоротився менш суттєво [1].

Незважаючи на складні соціально-економічні та безпекові умови, туристична сфера України поступово відновлюється та демонструє позитивні тенденції розвитку. Так, за підсумками першого півріччя 2025 року обсяг податкових надходжень від підприємств туристичної галузі перевищив 1,6 млрд грн, що свідчить про зростання активності на ринку. Порівняно з аналогічним періодом попереднього року цей показник зріс приблизно на 30%, що підтверджує адаптацію галузі до сучасних викликів і поступове відновлення попиту на туристичні послуги [2]. Крім того, зростає кількість суб'єктів господарювання у сфері туризму, що свідчить про поступову стабілізацію ринку та його адаптацію до кризових умов. Готельний сектор також демонструє позитивну динаміку: у 2025 році було відкрито нові об'єкти, а загальна кількість гравців на ринку зросла приблизно на 7% [3].

У таких умовах особливого значення набувають управлінські інновації, які стають ключовим інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Вони дозволяють оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, підвищувати ефективність використання ресурсів і формувати нові підходи до організації діяльності. Однією з найважливіших тенденцій є цифровізація бізнес-процесів, що забезпечує автоматизацію управління, покращення комунікації з клієнтами та прийняття більш обґрунтованих управлінських рішень на основі даних [4, с. 222-224].

Водночас впровадження інновацій супроводжується низкою бар'єрів, серед яких висока вартість технологій, нестача кваліфікованих кадрів та недостатній рівень цифрової грамотності управлінців. Це вимагає від держави та бізнесу спільних зусиль щодо розвитку людського капіталу, інвестування в освіту та створення сприятливого інноваційного середовища. Ще одним важливим напрямом сталого розвитку є екологізація діяльності підприємств індустрії гостинності. У сучасних умовах споживачі дедалі більше звертають увагу на екологічність послуг, що стимулює бізнес впроваджувати «зелені» практики: енергоефективні технології, скорочення використання пластику, управління відходами та використання відновлюваних джерел енергії. Такі підходи не лише сприяють збереженню довкілля, а й формують позитивний імідж компанії, що є важливим конкурентним фактором [5, с. 3-5].

Соціальний аспект сталого розвитку передбачає активну взаємодію бізнесу з місцевими громадами, підтримку культурної спадщини та створення нових робочих місць. У цьому контексті особливого значення набуває розвиток внутрішнього туризму, який у період кризи стає основним джерелом доходів для багатьох підприємств. Розвиток локальних туристичних продуктів, гастрономічного туризму та культурних маршрутів сприяє диверсифікації туристичної пропозиції та підвищенню привабливості регіонів.

В умовах глобальних викликів важливим фактором успіху стає гнучкість управління. Підприємства, які здатні швидко адаптуватися до змін, впроваджувати нові формати обслуговування та використовувати інноваційні підходи, мають значно вищі шанси на виживання та розвиток. Наприклад, під час кризових періодів активно розвиваються такі формати, як delivery-сервіси, dark kitchens, безконтактне обслуговування та автоматизація процесів. Особливу роль у забезпеченні сталого розвитку відіграє стратегічне управління, яке передбачає довгострокове планування, аналіз ризиків та формування адаптивних бізнес-моделей. У цьому контексті важливим є використання міжнародного досвіду, зокрема практик країн Європейського Союзу, які активно впроваджують концепцію сталого туризму та підтримують інноваційні проєкти.

Для України актуальним є також питання відновлення туристичної інфраструктури на деокупованих територіях. Це створює нові можливості

для розвитку галузі, але водночас потребує значних інвестицій та ефективного управління. Відбудова інфраструктури, розвиток транспортної доступності та створення безпечного середовища є ключовими передумовами для відновлення туристичних потоків.

Не менш важливим є розвиток партнерства між державою, бізнесом та громадськими організаціями. Спільні проєкти, спрямовані на розвиток туризму, дозволяють об'єднати ресурси, підвищити ефективність управління та забезпечити комплексний підхід до розвитку галузі. У цьому контексті важливу роль відіграють державні програми підтримки туризму, які сприяють розвитку інфраструктури, просуванню туристичного продукту та залученню інвестицій [5, с. 4-5]. Важливим трендом є також розвиток інноваційних туристичних продуктів, зокрема еногастрономічного, медичного, екологічного та цифрового туризму.

Підсумовуючи, можна зазначити, що ефективне поєднання цифровізації, екологізації, соціальної відповідальності та стратегічного управління є ключем до забезпечення сталого розвитку індустрії гостинності. Впровадження інноваційних підходів дозволяє не лише адаптуватися до сучасних викликів, а й створити нові можливості для розвитку, що є надзвичайно важливим для формування конкурентоспроможної та стійкої економіки.

Список використаних джерел

1. Соколов О. Аналіз впливу туристичного потоку на розвиток готельного бізнесу в Україні: сучасні трансформації. *Horeca cluster*. 2026. URL: https://horecaua.com/analiz-vplyvu-turystychnogo-potoku-na-rozvytok-gotelnogo-biznesu-v-ukrayini-suchasni-transformacziyi/ (дата звернення 19.03.2026)

2. Податкові надходження від туризму зросли на третину: за перше півріччя 2025 року індустрія сплатила більше півтора мільярда гривень. *ДАРТУ.* 2026. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/podatkovi-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-tretinu-za-pershe-pivrichchya-2025-roku-industriya-splatila-bilshe-pivtora-milyarda-griven (дата звернення 19.03.2026)

3. Огляд готельного ринку України 2025. Ribas Hotels Group. 2025. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/6313/ (дата звернення 19.03.2026)

4. Нодь О.Л., Стегней М.І., Бургхауер О.О. Розвиток готельно-ресторанного обслуговування в контексті розвитку цифрової економіки та Євроінтеграції. *Економічний простір*. 2025. С. 221-226. URL: https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/05/200-221-226-nod.pdf (дата звернення 19.03.2026)

5. Лисюк Т.В. Інновації в організації туристичних подорожей у системі сталого розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства України. *Економіка та суспільство.* №83. 2026. С. 1-8. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7437/7396 (дата звернення 19.03.2026)

УДК 640.4:338.48

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СУЧАСНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ СЕГМЕНТУ HORECA

Шевелюк А.О., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Семенюк Л. Л., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: індустрія гостинності (HoReCa), цифрова екосистема, технології штучного інтелекту.

Індустрія гостинності (HoReCa) на сучасному етапі переживає глибоку трансформацію, зумовлену впливом глобальних викликів, зокрема пандемії, політичної, військової та економічної нестабільності, енергетичної кризи та стрімкого розвитку цифрових технологій. У цих умовах змінюються не лише операційні підходи до ведення бізнесу, а й сама філософія взаємодії з клієнтом. Сьогодні конкурентоспроможність підприємств HoReCa визначається не лише якістю сервісу, але й здатністю швидко адаптуватися до нових технологічних, соціальних та етичних вимог.

Однією з ключових тенденцій розвитку є формування цифрової екосистеми та активне впровадження технологій штучного інтелекту. Сучасні підприємства HoReCa використовують інструменти аналізу великих даних для глибокого розуміння поведінки споживачів. Це дозволяє забезпечити високий рівень персоналізації послуг, коли пропозиції формуються з урахуванням індивідуальних вподобань клієнта, його попереднього досвіду та навіть поведінкових моделей. Крім того, автоматизація процесів обслуговування технологій, підвищує оперативність сервісу та оптимізує витрати, водночас залишаючи персоналу більше можливостей для створення емоційного контакту з гостем.

Важливою характеристикою сучасного етапу розвитку HoReCa є гібридизація форматів та поява нових бізнес-моделей. Традиційні межі між готельним, ресторанним та офісним простором поступово стираються. Зокрема, поширення отримали концепції workation та bleisure, які поєднують роботу бізнесі спостерігається тенденція до диверсифікації джерел доходу шляхом розвитку додаткових напрямів, таких як продаж напівфабрикатів, брендованої продукції або послуг підписки на харчування. Окремої уваги заслуговує модель dark kitchens, яка передбачає функціонування віртуальних брендів без фізичних залів обслуговування, орієнтованих виключно на доставку. Це дозволяє значно знизити операційні витрати та швидко масштабувати бізнес.

Ще одним важливим напрямом розвитку є впровадження принципів сталого розвитку та екологічної відповідальності. Сучасний споживач дедалі більше орієнтується на екологічні аспекти діяльності підприємств, що змушує бізнес адаптуватися до нових стандартів. Поширення набувають концепції zero waste, які передбачають мінімізацію відходів, відмову від одноразового пластику та впровадження енергоефективних технологій. Також активно розвивається модель «від ферми до столу» (farm-to-table), що передбачає використання локальних продуктів, підтримку місцевих виробників та скорочення логістичних витрат, що позитивно впливає як на якість продукції, так і на екологічний баланс [3].

Значну роль у розвитку HoReCa відіграє економіка вражень та орієнтація на wellness. Сучасний клієнт очікує не лише базових послуг, а комплексного емоційного досвіду. У зв'язку з цим підприємства активно впроваджують елементи емоційного дизайну, створюють унікальні концепції закладів, використовують цифрові технології, такі як доповнена та віртуальна реальність, для формування незабутніх вражень. Одночасно зростає попит на послуги, пов'язані зі здоровим способом життя, що проявляється у розвитку wellness- інфраструктури, розширенні асортименту здорового харчування, включаючи функціональні продукти, альтернативні джерела білка та спеціалізовані дієтичні пропозиції [3].

Окремої уваги заслуговує трансформація підходів до управління людським капіталом. Умови глобального дефіциту кадрів змушують підприємства HoReCa переглядати традиційні моделі управління персоналом. Зростає значення формування позитивного досвіду працівників (employee experience), що включає створення комфортних умов праці, впровадження гнучких графіків, розвиток професійних та комунікативних навичок, а також формування корпоративної культури, в якій працівник виступає амбасадором бренду.

Індустрія гостинності України в умовах повномасштабної війни сформувала унікальну модель розвитку, яка поєднує глобальні тенденції HoReCa з локальними викликами воєнного часу. Попри значні втрати, релокацію бізнесу та зниження платоспроможного попиту, галузь продемонструвала високий рівень адаптивності, трансформувавшись від моделі виживання до моделі розвитку в кризових умовах. Український досвід сьогодні розглядається як приклад антикризового управління в індустрії гостинності [2].

Однією з ключових особливостей розвитку HoReCa в Україні стала орієнтація на енергонезалежність та автономність. Якщо у світовій практиці концепція сталого розвитку передбачає зниження екологічного навантаження, то в Україні вона набула практичного значення забезпечення безперервності роботи. Багато підприємств ресторанного та готельного бізнесу трансформувалися у так звані «пункти незламності», забезпечуючи клієнтів доступом до електроенергії, інтернету та базових

послуг навіть у періоди відключень. Це сприяло формуванню нової соціальної ролі HoReCa як елементу критичної інфраструктури [1].

Важливою тенденцією є прискорена діджиталізація та автоматизація бізнес-процесів. Умови дефіциту кадрів, зумовлені мобілізацією та міграцією населення, стимулювали впровадження технологій самообслуговування, зокрема QR-меню, мобільних додатків для замовлення та безконтактних систем розрахунку. Крім того, активно використовуються цифрові платформи для управління підприємствами, що дозволяє оптимізувати витрати, прогнозувати попит і мінімізувати ризики в умовах нестабільності.

Змінилася також поведінка споживачів. У воєнний період HoReCa виконує не лише економічну, а й соціально-психологічну функцію. Зростає попит на короткострокові та спонтанні візити, що пов’язано з високим рівнем невизначеності. Водночас споживачі дедалі більше орієнтуються на цінності бренду, підтримуючи підприємства, які демонструють активну громадянську позицію, займаються благодійністю та підтримкою Збройних сил України.

Ще однією характерною рисою є релокація та децентралізація ринку HoReCa. Через бойові дії значна частина бізнесу була змушена переміститися у відносно безпечні регіони, зокрема західні області України. Це сприяло активному розвитку готельно-ресторанної інфраструктури у таких туристичних центрах, як Львів, Буковель та Закарпаття, де попит значно перевищує пропозицію. Одночасно виникають нові гібридні формати закладів, які поєднують функції харчування, роботи та укриття.

Суттєвою тенденцією є також глобалізація українських брендів HoReCa. Вітчизняні ресторанні мережі активно виходять на міжнародні ринки, адаптуючи свої концепції до умов інших країн. Це сприяє популяризації української гастрономічної культури та формуванню позитивного іміджу України на світовій арені. Такий підхід можна розглядати як нову модель розвитку, що передбачає експорт не лише продукту, а й сервісної культури [1].

Отже, сучасна модель розвитку сегменту HoReCa, зокрема в Україні, формується під впливом як глобальних тенденцій, так і воєнних викликів, та базується на принципах гнучкості, технологічності, інноваційності й соціальної відповідальності. Вона поєднує використання сучасних цифрових технологій, екологічний підхід до ведення бізнесу та орієнтацію на створення унікального емоційного досвіду для споживача. Набутий у кризових умовах досвід дозволяє підприємствам не лише ефективно адаптуватися до нестабільного середовища, а й формувати нові управлінські та сервісні підходи, що можуть бути використані у світовій практиці індустрії гостинності. Успішними в цих умовах будуть ті підприємства, які зможуть забезпечити високу операційну ефективність,

швидко реагувати на зміни ринку та максимально задовольняти зростаючі потреби сучасного клієнта.

Список використаних джерел

1. Завадинська О. Ю., Кіт Д. А. Трансформація світової індустрії гостинності в умовах воєнних, економічних та екологічних викликів. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : тези доп. 3-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (12 листопада 2025 р.). Харків : НТУ «ХПІ», 2025. URL:https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/3ac44b80-ebb2-4e82-9064-34a41a5a1946/content

2. Лявинець Г. Готельно-ресторанний бізнес України: кризи та розвиток. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Одеса, 2024. с.37 – 45. URL:https://archives.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/article/view/181/178

3. Світлинець О., Горішевський П., Халілова-Чуваєва Ю. Інноваційні стратегії в управлінні готельно-ресторанними послугами: від зелених ініціатив до соціальної відповідальності. Економіка та суспільство. 2024. No 60.

URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3701/3630

РОЗРОБКА ВІЙСЬКОВОГО ТУРУ В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Яковенко Д.В., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Семенюк Л. Л., кандидат географічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: військовий туризм, військово-історичний туризм, туристичний продукт, Київська область, спеціалізований туризм.

В умовах воєнного стану та трансформації туристичного ринку України особливої актуальності набуває розвиток спеціалізованих видів туризму, зокрема військового туризму. Формування нових туристичних продуктів, пов’язаних із військово-історичною спадщиною та подіями сучасної війни, є не лише економічною необхідністю, а й важливим елементом збереження історичної пам’яті та формування національної ідентичності.

Військовий туризм охоплює відвідування місць бойових дій, військово-історичних об’єктів, меморіальних комплексів, фортифікаційних споруд, музеїв військової тематики, а також територій, що зазнали руйнувань унаслідок воєнних дій. Його розвиток у сучасних умовах пов’язаний із підвищеним рівнем відповідальності туроператорів щодо

забезпечення безпеки туристів, формування етичних підходів до екскурсійної діяльності та недопущення комерціалізації трагедій.

Згідно з дослідженнями С. Тимчука та Р. Кожухівської, роль туроператорів у військовому туризмі полягає не лише в організації подорожей, а й у забезпеченні комплексної системи безпеки, інформаційної підготовки туристів та формуванні культури миру й відповідального ставлення до відвідуваних локацій [1]. Автори наголошують, що в умовах воєнних ризиків саме туроператор виступає гарантом контролю за маршрутом, логістикою та комунікацією з місцевими органами влади.

Київська область є одним із найбільш перспективних регіонів для розвитку військового туризму. Події 2022 року сформували значний масив локацій, що мають історико-меморіальне значення. Водночас регіон характеризується відносно розвиненою транспортною інфраструктурою, близькістю до столиці та наявністю туристичного попиту.

Аналіз тенденцій розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу свідчить, що внутрішній туризм демонструє адаптаційні механізми та поступове відновлення [2]. Зростає зацікавленість у пізнавальних та патріотичних маршрутах, екскурсіях місцями героїчної оборони, що формує передумови для створення структурованого військового туру.

За інформацією аналітичних матеріалів Visit Ukraine, окремі регіони України навіть у період воєнних дій демонструють туристичну активність завдяки безпечності локацій та правильно вибудуваній комунікаційній стратегії [3]. Це підтверджує доцільність розробки чітко регламентованих маршрутів у Київській області з дотриманням усіх безпекових норм.

Пропонується розробка дводенного військово-історичного туру «Київщина незламна», орієнтованого переважно на внутрішніх туристів, студентську молодь, представників громадських організацій та іноземних відвідувачів за умови стабільної безпекової ситуації.

Орієнтовна структура туру:

День 1:

– м. Буча – огляд меморіальних місць;

– м. Ірпінь – екскурсія до зруйнованого та відновленого житлового фонду, меморіали оборони;

– м. Гостомель – територія аеропорту (за погодженням із відповідними службами), пам’ятні локації.

День 2:

– с. Мощун – місця запеклих боїв за Київ;

– с. Дмитрівка – фортифікаційні споруди;

– музейна або виставкова експозиція, присвячена обороні Київщини.

Організація такого туру передбачає:

1. попередній інструктаж туристів щодо правил поведінки;
2. супровід сертифікованого гіда;
3. погодження маршрутів із місцевими органами влади;

4. страхування туристів;
5. чіткий таймінг та логістичне забезпечення.

Інноваційність запропонованого туру полягає у поєднанні меморіальної функції з освітньою складовою. Під час маршруту доцільно використовувати елементи цифрових технологій: QR-коди з історичними довідками, інтерактивні карти бойових дій, аудіосупровід із розповідями очевидців. Такий підхід сприятиме глибшому емоційному зануренню та підвищить якість туристичного продукту.

Водночас важливим є дотримання принципів етичності. Екскурсії не повинні перетворюватися на форму сенсаційного туризму. Основний акцент має бути зроблений на вшануванні пам'яті загиблих, висвітленні героїзму захисників та інформуванні про відновлення регіону.

З економічної точки зору, розробка військового туру сприятиме підтримці місцевих громад через використання послуг харчування, транспорту, готельного розміщення та сувенірної продукції. Таким чином формується мультиплікативний ефект для регіональної економіки.

Отже, розробка військового туру в Київській області є актуальним та перспективним напрямом розвитку спеціалізованого туризму. За умови належного рівня безпеки, етичного підходу та використання інноваційних інструментів просування, військовий туризм може стати важливим елементом післявоєнного відновлення туристичної галузі України.

Список використаних джерел

1. Тимчук С., Кожухівська Р. Роль туроператорів у забезпеченні безпеки туризму та просуванні миру і стабільності через військовий туризм. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-14 (дата звернення: 02.03.2026).
2. Бойко З., Горожанкіна Н., Грушка В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. Економіка та суспільство. 2024. № 59. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7 (дата звернення: 02.03.2026).
3. VisitUkraine Today. Туризм у часи війни: які регіони України демонструють зростання. *Visit Ukraine - SERVICE PORTAL ABOUT UKRAINE 24/7*. URL: https://visitukraine.today/uk/blog/5333/tourism-in-times-of-war-which-regions-of-ukraine-are-showing-growth?srsltid=AfmBOopaPzOeQSIK40S5jfWUtNbhtfbfa7pup-0CGQs0AKM9QnHucnlz (дата звернення: 02.03.2026).

СЕКЦІЯ
ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖУВАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ, РЕКРЕАЦІЯ, ФІЗИЧНА АКТИВНІСТЬ ЯК ОСНОВА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Добровольська Н. А., д.псих.н., професор
кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Бакшалов О.О., здобувач вищої освіти,
Київський національний університет технологій та дизайну

Фізичне виховання студентської молоді у закладах вищої освіти України є важливим чинником формування здорового способу життя, професійної мобільності та соціальної активності. В умовах сучасних викликів – інтенсифікації навчального процесу, цифровізації освіти, зниження рівня фізичної активності молоді – проблема ефективної організації занять з фізичної культури набуває особливої актуальності.

Метою дослідження є аналіз ключових проблем фізичного виховання студентів та визначення можливих шляхів їх вирішення.

Метою фізичного виховання є формування у студентів універсальної компетентності – здатності підтримувати належний рівень фізичної та психофізіологічної готовності для ефективної соціальної та професійної діяльності. Переорієнтація процесу фізичного виховання на розвиток життєво необхідних компетентностей вимагає від закладів вищої освіти постійного оновлення програм, пошуку адекватних методів і засобів навчання. Тому аналіз проблем фізичного виховання студентів в Україні є актуальним завданням педагогічної науки та практики.

Основні проблеми, виявлені за результатами аналізу:

По перше, кадровий дефіцит. У багатьох університетах відчувається нестача кваліфікованих викладачів фізичного виховання. Причини – низька престижність професії та недостатній рівень оплати праці. Часто фахівці віддають перевагу роботі у приватних спортивних клубах, де умови праці та заробітна плата є значно кращими.

Друга проблема – невідповідність навчальних планів сучасним інтересам молоді. Програми фізичного виховання часто орієнтовані на традиційні види спорту та вправи, які вже не викликають достатнього зацікавлення у студентів. Тим часом молодь активно цікавиться новими формами рухової активності: воркаут, паркур, гравіті-йога, джампінг, зумба, табата тощо. На жаль, у більшості університетів України ці види майже не інтегровані у навчальний процес, що знижує мотивацію

студентів. Лише окремі заклади впроваджують сучасні фітнес-напрями чи різновиди силових тренувань.

Третя проблема – слабке матеріально-технічне забезпечення. Якість фізичного виховання значною мірою залежить від наявності сучасної інфраструктури: спортивних залів, басейнів, легкоатлетичних манежів, тренажерів, відкритих майданчиків для командних ігор. Проте більшість університетів мають обмежені ресурси, що ускладнює організацію повноцінного навчального процесу та знижує ефективність підготовки майбутніх фахівців.

Четверта проблема – низька мотивація та зацікавленість студентів. Хоча фізичне виховання є важливим чинником формування особистості, рівень відвідуваності занять поступово знижується від першого до старших курсів. Частина молоді сприймає фізичне виховання як другорядну дисципліну, що знижує ефективність занять. Це свідчить про недостатню роботу щодо формування внутрішньої мотивації та ціннісного ставлення до здорового способу життя. Фізичне виховання має не лише забезпечувати рухову активність, а й виховувати усвідомлену потребу у регулярних заняттях спортом.

Попри значущість проблеми мотивації, практичні спроби залучення студентів до занять фізичною культурою залишаються малоефективними. Це пояснюється тим, що далеко не всі викладачі володіють сучасними методами мотивації та знають, як працювати з інтересами молоді. У світовій науковій практиці ця проблема активно досліджується: психологи, педагоги та фахівці з фізичної культури шукають нові підходи, які б сприяли підвищенню відвідуваності та зацікавленості студентів у фізичному вихованні.

Недостатня інтеграція з освітнім процесом. Фізичне виховання часто існує окремо від професійної підготовки, хоча могло б стати інструментом розвитку стресостійкості, командної роботи та лідерських якостей. Відсутність індивідуалізації програм. Універсальні підходи не враховують різний рівень фізичної підготовленості студентів, їхні інтереси та стан здоров’я.

П’ята актуальна проблема – складність організації фізичного виховання в умовах дистанційного навчання. Пандемія COVID-19, особливості навчання під час військового стану показали, що дисципліна «Фізичне виховання» є однією з найуразливіших у дистанційному форматі. Замість активної рухової діяльності студенти часто виконували письмові завдання, які надсилали викладачам через електронну пошту чи освітні платформи (Moodle, Zoom тощо). Це знижувало якість навчального процесу, адже фізична культура передбачає практичну діяльність, а не лише теоретичне опрацювання матеріалу. Проблема ускладнювалася низькою методичною готовністю системи та недостатнім рівнем підготовки викладачів до роботи онлайн.

Перелічені проблеми є ключовими для процесу фізичного виховання студентів у закладах вищої освіти України. Частина з них має традиційний характер (кадрове забезпечення, матеріально-технічна база, мотивація студентів), а інші виникли внаслідок нових викликів та переходу до дистанційного навчання.

Тільки за умови комплексного вирішення цих проблем можна очікувати підвищення ефективності фізичного виховання студентської молоді. Це потребує: модернізації програм з урахуванням сучасних видів активності; інвестицій у спортивну інфраструктуру; підвищення кваліфікації викладачів та їхньої мотивації; розробки ефективних методів залучення студентів; створення якісних онлайн-інструментів для підтримки фізичної активності у дистанційному форматі.

Список використаних джерел

1. Бабаджанян В. В., Семаль Н. В., Беседа Н. А., Фаріонов В. М., Курій О. В. Сучасний стан фізичного виховання студентів у закладах вищої освіти під час війни в Україні // Наукові публікації кафедри фізичного виховання. 2023. С. 45-52.

2. Язловецька О., Бабенко А. Сучасні виклики модернізації фізичного виховання в закладах вищої освіти України // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2025. № 219. С. 288-292. DOI: 10.36550/2415-7988-2025-1-219-288-292.

3. Філоненко О. В. Фізичне виховання студентів у закладах вищої освіти України // Наукові видання кафедри дошкільної та початкової освіти. 2023. С. 12-18.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ТА НАДМІРНОЇ МАСИ ТІЛА СТУДЕНТІВ

Добровольська Н.А., доктор психологічних наук,
професор кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Буднік О.С., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасному суспільстві надмірна вага та ожиріння становлять проблеми зі здоров'ям першочергової важливості, які охоплюють усі вікові категорії. Збільшення споживання калорій у поєднанні зі зменшенням їх витрат неминуче призводить до накопичення жиру в організмі у середньо-чи довгостроковій перспективі [2]. Ожиріння тісно пов'язане з основними факторами ризику для здоров'я; надмірна маса тіла підвищує ризик розвитку діабету, астми, артриту, гіпертонії та зниження очікуваної тривалості життя [3].

Рівні фізичної активності та фізичної підготовленості пов'язані з багатьма параметрами, що вказують на стан здоров'я, включаючи жирові відкладення. Підвищення рівня фізичної активності, з одного боку, та/або покращення фізичної підготовленості, з іншого боку, може відігравати важливу роль у профілактиці надмірної ваги та ожиріння в будь-якому віці. Варто зазначити, що ожиріння – це захворювання, основним методом лікування якого є фізична культура та раціональне харчування з обмеженням жирів і вуглеводів [1].

Тому для адекватної розробки програм лікувальної фізичної культури, які можуть бути реалізовані, необхідний аналіз поточного стану ситуації та наявних фактичних даних досліджень.

Метою даної статті є дослідження взаємозв'язку між фізичною підготовленістю студентів у найнижчих або найвищих вагових категоріях порівняно зі студентами з нормальною масою тіла.

52 студенти університету виконували вісім тестів з фізичної підготовки. Ці тести оцінювали спритність, силу та витривалість. Тести проводилися відповідно до стандартизованих протоколів виконання та включали такі вісім вправ: стрибок у довжину з місця, нахил уперед, згинання та розгинання рук в упорі лежачи, підтягування на високій перекладині, піднімання тулуба з положення лежачи на спині за 60 секунд, човниковий біг 4×9 метрів, біг на 30 метрів та біг на 1500 метрів для дівчат і 3000 метрів для юнаків. Тести проводилися в університеті під час занять.

Човниковий біг 4×9 метрів і стрибок у довжину з місця оцінюють спритність і координацію. Нахил уперед, згинання та розгинання рук в упорі лежачи, підтягування на високій перекладині, піднімання тулуба з положення лежачи на спині за 60 секунд оцінюють м'язову силу та витривалість, тоді як біг оцінює силу нижньої частини тіла. Показники фізичної підготовленості розраховувалися окремо для кожної статі та вікової категорії.

Вага та зріст вимірювали без взуття, розраховували індекс маси тіла (ІМТ) (кг/м²). «Надмірна вага» та «ожиріння» визначалися з використанням вікових і статевих критеріїв Міжнародної цільової групи з ожиріння [3].

Дані були отримані щодо 33 юнаків та 19 дівчат віком 17-20 років. Поширеність надмірної ваги (але не ожиріння) становила 8,1% у юнаків та 13,1% у дівчат, тоді як поширеність ожиріння становила відповідно 3,1% та 4,4%.

Форма зв'язку між показниками фізичної підготовленості та ІМТ була досить подібною для всіх тестів, чутливих як до м'язової сили, так і до маси тіла. Студенти з нормальною масою тіла досягали "хороших" результатів помітно частіше, ніж студенти з надмірною вагою чи ожирінням у 8 із 8 тестів фізичної підготовки, а також частіше, ніж студенти з худорлявою статурою.

Наприклад, хороші показники для човникового бігу були досягнуті у 25,1% худорлявих студентів, 34,9% студентів з нормальною масою тіла, 9,9% студентів з надмірною вагою та 4,9% студентів з ожирінням.

Ця закономірність була виявлена як у юнаків, так і у дівчат, незалежно від рівня підготовленості. Для кожного з тестів показники були кращими у юнаків, ніж у дівчат, і рівень фізичної підготовленості поступово зростав із віком як у юнаків, так і у дівчат.

Дане дослідження демонструє сильний обернений зв'язок між фізичною підготовленістю та надмірною масою тіла у студентів. Отримані результати свідчать про гостру необхідність пропаганди більш активного способу життя серед усіх учасників дослідження, незалежно від їхнього віку та стану. Метою є не лише боротьба з малорухливим способом життя та збільшення витрат калорій за рахунок підвищення фізичної активності, але й забезпечення того, щоб ця активність була достатньо інтенсивною для покращення фізичної форми.

Зусилля, необхідні для такого покращення, повинні залучати сім'ю та університет, які мають створювати сприятливі умови для виконання активних фізичних навантажень. До цього процесу також долучається система охорони здоров'я, оскільки вона може використовувати різні сучасні технології, що дозволяють здійснювати просту та надійну оцінку фізичної активності [2]. Усе це, без сумніву, позитивно вплине на теперішнє та майбутнє здоров'я і добробут студента з надмірною масою тіла та, у ширшому сенсі, всього населення. Надмірна маса тіла – не вирок, і правильно підібрана фізична культура допоможе покращити стан здоров'я та зовнішній вигляд.

Список використаних джерел

1. Горобей М. П. Загальна теорія спорту: навч. посіб. / М. П. Горобей, О. В. Осадчий. Чернігів, 2017. С. 52-54.
2. Присяжнюк С. І. Оздоровча фізична культура студентів: навч. посіб. / С. І. Присяжнюк, Д. Г. Оленєв. К., 2025. 508 с.
3. Романенко В. В., Куц О. С. Рухова активність і фізичний стан студенток вищих навчальних закладів : навч. посіб. / В. В.Романенко, О. С. Куц. Вінниця : ВДПУ, 2023. 130 с

МЕТОД КОЛОВОГО ТРЕНУВАННЯ ЯК ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНІКИ УПОРУ КУТОМ У СПОРТИВНІЙ АЕРОБІЦІ НА ЕТАПІ ПОЧАТКОВОЇ ПІДГОТОВКИ

Добровольська Н.А., доктор психологічних наук,
професор кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Залозний Р. І., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Спортивна аеробіка – ациклічний, складний у координаційному відношенні вид спорту з вираженою атлетичною спрямованістю, що виник на базі оздоровчої аеробіки та включає елементи зі спортивної й художньої гімнастики, акробатики. Цей вид спорту характеризується здатністю спортсменів виконувати постійні складні та високо інтенсивні рухи, що відповідають музиці й походять із традиційних аеробних вправ; програма повинна демонструвати безперервний рух, гнучкість, силу та обов'язково містити 7 основних кроків і елементи складності [1, 2].

Тренувальні та змагальні програми у спортивній аеробіці значною мірою відрізняються за своїми фізіологічними та динамічними характеристиками від оздоровчої аеробіки та інших гімнастичних видів спорту. Змагальні вправи у спортивній аеробіці потребують високого рівня розвитку анаеробної потужності, що лежить в основі швидкісно-силової підготовленості, та анаеробної гліколітичної здатності, яка, у свою чергу, забезпечує зростання витривалості спортсменів [2].

Багато елементів складності у спортивній аеробіці вимагають від спортсменів високого розвитку таких фізичних якостей, як витривалість, сила, швидкість і гнучкість. Кожна структурна група, відповідно до Правил змагань, характеризує ступінь удосконалення певної якості [1].

Наприклад:

Структурна група А (динамічна сила) – включає елементи типу «вибухових» рамок, віджимань, «гелікоптерів», «деласалів» тощо.

Структурна група В (статична сила) – містить найменшу кількість елементів, але обов'язкових до виконання, і характеризує силову витривалість спортсмена.

Структурна група С (стрибки) – висуває високі вимоги до розвитку сили, стрибучості та координації.

Структурна група D (гнучкість і рівновага) – спрямована на розвиток гнучкості та балансу.

Метою даного дослідження було визначення ефективності методу кругового тренування у тренувальному процесі юних гімнастів спортивної аеробіки для оволодіння елементом «упор кутом».

Особливий інтерес становить детальне вивчення структурної групи В (статична сила), зокрема елемента «упор кутом» у дітей 7-9 років, оскільки змагальна композиція обов'язково повинна містити цю вправу. Елемент «упор кутом» присутній у змагальних композиціях спортсменів різних гімнастичних дисциплін. У спортивній гімнастиці він часто зустрічається у жіночому багатоборстві на колоді та у чоловічому – на брусах, як початковий для «зв'язок» і як відносно самостійний елемент. Композиції у парно-груповій акробатиці насичені упорами кутом як в індивідуальних елементах, так і в побудові пірамід змішаних пар, жіночих і чоловічих груп. Змагальні композиції у черлідингу також містять цей елемент у різних варіаціях.

Критерії виконання елемента «упор кутом»: характер виконання (утримання упору кутом протягом 2 секунд); положення тіла (ноги паралельно підлозі); «школа» рухів (витягнуті носки, прямі коліна, правильна постава).

Усі наведені критерії потребують певного розвитку спеціальної витривалості та силових якостей. Проте на етапі початкової підготовки, коли у тренувальному процесі використовується широкий спектр засобів гімнастики, необхідне застосування методів, найбільш придатних для дітей 7-9 років. До таких методів традиційно належать: ігровий, змагальний та кругове тренування.

Кругове тренування, що застосовується у системі підготовки спортсменів різних спортивних спеціалізацій, зарекомендувало себе як ефективна форма підвищення рівня фізичної підготовленості. Організація тренувального заняття круговим способом дозволила збільшити моторну щільність, а також певною мірою інтегрувати загальну фізичну підготовку зі спеціальною, що було легко здійснити в умовах тренування спортсменів однорідної групи (за віком, кваліфікацією та спортивною спеціалізацією).

Дослідження, які розглядають ефективність застосування кругового тренування в навчально-тренувальному процесі, залишаються актуальними й сьогодні. Варто зазначити, що метод кругового тренування активно використовується на заняттях ритмічною гімнастикою, в аква-аеробіці, при підготовці важкоатлетів, лижників тощо.

Кругове тренування (КТ) є однією з результативних форм застосування фізичних тренувань. Свою назву воно отримало завдяки круговим вправам. Цей тренінг був розроблений англійськими спеціалістами Р. Морганом і Г. Адамсоном у 1952-1958 рр. До цієї ідеї також прийшов Б. Д. Фрактман, який визначив шляхи використання кругового тренінгу та навів аргументи щодо необхідності нетривіального дозування навантаження на допоміжних снарядах. Це позитивно позначалося на вдосконаленні в учнів швидкості, сили, спритності, гнучкості та витривалості, що зрештою сприяло покращенню їхньої фізичної підготовленості.

У аспекті кругових вправ виділяють три методи: за формою – специфічна різновидність потокового виконання фізичних вправ; за змістом – сукупність тренувальних завдань, спрямованих на виховання фізичних якостей; за суттю – комплексна організаційно-методична форма виконання фізичних вправ, яка включає низку методів суворо регламентованого тренування.

Для виконання різних фізичних вправ учнів розподіляють по станціях, які розміщують одна за одною у потрібній послідовності. На кожній станції готують необхідний інвентар та обладнання. Учнів ділять на групи, найчастіше за кількістю станцій. Бажано, щоб на кожній станції займалася парна кількість учасників – у такому випадку вправи можна виконувати в парах.

Анкетне опитування тренерів зі спортивної аеробіки показало, що метод кругового тренування є найбільш цікавим для розвитку фізичних якостей, але застосовується й на інших етапах підготовки, таких як тренувальний, удосконалення спортивної майстерності та досягнення вищої спортивної майстерності.

Список використаних джерел

1. Бачинська Н. В. Особливості використання колового тренування для розвитку фізичних якостей: навч.-метод. посіб. / Н. В. Бачинська, В. А. Ніколенко. 2017. С. 156-162.

2. Теорія і методика фізичного виховання : у 2 т. / упоряд. Круцевич Т. Ю. Київ, 2008.

УДК 796.012
ORCID: 0000-0003-1137-9952

БІОМЕХАНІКА ФІЗИЧНИХ ВПРАВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Литвиненко Ю. В. доктор наук з фізичного виховання і спорту, професор, професор кафедри фізичного виховання та здоров'я
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: біомеханіка, фізичні вправи, методи дослідження, рухові дії, системи захопленні руху, інноваційні системи, моделювання, штучний інтелект, комп'ютерний зір.

Сучасний стан біомеханіки фізичних вправ характеризується безпрецедентною конвергенцією технологій індустрії, глибокої аналітики даних та нейроінтегрованих систем, що трансформують розуміння людського руху від чисто механічного процесу до складної кібернетичної взаємодії. Наразі глобальна наукова спільнота зосереджена на переході від лабораторних досліджень до повсюдної, реальної оцінки рухової активності, що має критичне значення як для оптимізації спортивних досягнень, так і для реабілітації, зокрема ветеранів війни з політравмами, що є критично важливим для українського контексту.

Розвиток біомеханіки як наукової дисципліни завжди залежав від науково-технічних досягнень, появи різного роду оптичних засобів, інструментальних методів вимірювання руху людини тощо. Разом з тим зацікавленість до біомеханіки також зростає з кожним роком. Саме тому глобальний ринок біомеханічних систем відстеження та захоплення руху людини демонструє стійку позитивну динаміку, що обумовлено інтеграцією цих технологій у охорону здоров'я, спорт та оборонний сектор. Очікується, що ринок біомеханічних систем відстеження руху

людини зросте з 14,31 млрд доларів, що було актуальним для 2025 року, до 25,21 млрд доларів до 2031 року [7]. Ринок безпосередньо систем захоплення руху для біомеханіки досягне 141,19 млн доларів до 2032 року з середньорічним темпом зростання 13,0% [3]

Слід зауважити, що північна Америка залишається домінуючим регіоном завдяки значним інвестиціям, розвиненій інфраструктурі спортивної науки та присутності провідних виробників біомеханічних систем захоплення руху. Водночас Азійсько-Тихоокеанський регіон демонструє найвищі темпи зростання, що стимулюється розширенням спортивної індустрії та модернізацією систем реабілітації в Китаї, Індії та Японії [7].

Наразі одним із найбільш значущих стратегічних зрушень є перехід від сенсорних систем (наприклад, IMU-сенсорів або маркерних оптичних систем) до безсенсорного біомеханічного аналізу на основі штучного інтелекту та комп'ютерного зору. Традиційні методи вимагали використання дорогого обладнання, спеціальних костюмів та тривалого калібрування, що обмежувало їх застосування лабораторними умовами. Сучасні рішення на основі комп'ютерного зору дозволяють отримувати високоточні дані безпосередньо зі стандартних відеоматеріалів [9].

Ці системи використовують складні алгоритми оцінки пози для ідентифікації ключових точок тіла (коліна, лікті, зап'ястя) та побудови «скелетної» моделі руху в режимі реального часу. У футболі, тенісі та баскетболі це дозволяє тренерам аналізувати біомеханіку руху гравців безпосередньо під час матчів, виявляючи падіння вибухової сили або зміни в патернах кроку, що можуть свідчити про втому або ризик травми [4].

Штучний інтелект перестав бути лише інструментом обробки даних і став повноцінним прогностичним двигуном у біомеханіці. Алгоритми машинного навчання, такі як Random Forest та Convolutional Neural Networks, демонструють вражаючу точність у прогнозуванні травм та оптимізації техніки рухових дій [1].

Дослідження показують, що системи на основі Convolutional Neural Networks можуть ідентифікувати технічні недоліки в складних рухах (наприклад, у гімнастиці або фігурному катанні) з чутливістю, що на 23% перевищує можливості досвідчених тренерів. Предиктивні моделі здатні прогнозувати травми підколінного сухожилля з точністю до 85%, аналізуючи сукупність біомеханічних маркерів, таких як асиметрія сили та динаміка навантаження [1].

Центральним елементом сучасних біомеханічних досліджень є використання обчислювальних моделей опорно-рухового апарату, які дозволяють зазирнути всередину людського тіла без інвазивного втручання. Програмне забезпечення, таке як OpenSim та AnyBody Modeling System, дозволяє дослідникам розраховувати м'язові зусилля, суглобові моменти та навантаження на тканини під час виконання фізичних вправ [6].

Вибір інструменту моделювання часто залежить від конкретних завдань дослідження. Наприклад, OpenSim, будучи платформою з відкритим кодом, має велику бібліотеку моделей, створених спільнотою, та ідеально підходить для аналізу ходьби й розробки нових методів лікування. AnyBody, навпаки, є комерційним рішенням, яке демонструє вищу надійність при моделюванні верхніх кінцівок та складних ергономічних взаємодій.

Ці моделі мають критичне значення для розуміння причин зниження фізичної працездатності. Наприклад, поєднання інерційних костюмів з біомеханічним моделюванням дозволяє оцінити метаболічну потужність та енергію в польових умовах, що раніше було можливо лише за допомогою незручних газоаналізаторів [8].

Отже, головні перспективи розвитку біомеханіки фізичних вправ лежать у площині повної інтеграції біологічних та цифрових систем. Передбачається, що у наступному десятилітті кожен спортсмен або пацієнт зможе мати власного «цифрового двійника» — динамічну модель, що оновлюється на основі даних з носіїв інформації. Це дозволить проводити віртуальні випробування нових протезів або тренувальних планів перед їх реальним впровадженням [2, 5].

Аналіз стану та перспектив біомеханіки фізичних вправ вказує на те, що ми вступаємо в еру «прозорого» та усюдисущого моніторингу людського руху. Саме тому глобальним трендом слід вважати перехід від лабораторного обладнання до безсенсорного аналізу за допомогою комп’ютерного зору, що робить високоточну біомеханіку доступною для широких мас, від елітних атлетів до пацієнтів у віддалених регіонах.

Для подальшого розвитку галузі необхідно зосередитися на розробці відкритих стандартів даних, підготовці мультидисциплінарних фахівців (біомеханіків, програмістів, фізіотерапевтів) та забезпеченні рівного доступу до високотехнологічних рішень для всіх категорій населення, незалежно від їхнього місця проживання чи соціального статусу.

Список використаних джерел

1. Artificial Intelligence in Sports Biomechanics: A Scoping Review on Wearable Technology, Motion Analysis, and Injury Prevention / M. Souaifi [et al.] // Bioengineering (Basel). 2025. Vol. 12, iss. 8. Art. 887. DOI: 10.3390/bioengineering12080887.

2. Biomechanical models in the lower-limb exoskeletons development: a review / V. Firouzi [et al.] // J Neuroeng Rehabil. 2025. Vol. 22, iss. 1. Art. 12. DOI: 10.1186/s12984-025-01556-5.

3. Biomechanics Motion Capture Market Forecasts to 2032 – Global Analysis By Component (Hardware, Software and Services), System Type (Optical Systems, Non-Optical Systems and Hybrid Systems), Application, End User and By Geography [Електронний ресурс]. – URL:

https://www.strategymrc.com/report/biomechanics-motion-capture-market (дата звернення: 14.03.2026).
4. Computer Vision in Sports: Applications, Challenges, and Sports Datasets [Електронний ресурс]. – URL: https://annotationbox.com/computer-vision-in-sports/ (дата звернення: 14.03.2026).
5. Novel approaches to evaluate characteristics that affect military load carriage / R. B. Graham [et al.] // BMJ Mil Health. 2025. Vol. 171, iss. 5. P. 458–462. DOI: 10.1136/military-2024-002899.
6. OpenSim: a musculoskeletal modeling and simulation framework for in silico investigations and exchange / A. Seth [et al.] // Procedia IUTAM. 2011. Vol. 2. P. 212–232. DOI: 10.1016/j.piutam.2011.04.021.
7. Technological Advances in Biomechanics Tracking System Market: Trends and Opportunities 2026-2034 [Електронний ресурс]. – URL: https://www.datainsightsmarket.com/reports/biomechanics-tracking-system-525441 (дата звернення: 14.03.2026).
8. The Added Value of Musculoskeletal Simulation for the Study of Physical Performance in Military Tasks / I. Kessels [et al.] // Sensors (Basel). 2021. Vol. 21, iss. 16. Art. 5588. DOI: 10.3390/s21165588.
9. Top AI Trends in the Sports Industry for 2025 [Електронний ресурс] / API4AI. – URL: https://medium.com/@API4AI/top-ai-trends-in-the-sports-industry-for-2025-98758bb89378 (дата звернення: 14.03.2026).

УДК 378.147: 796.01
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9306-7700

ФОРМУВАННЯ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

Внукова О. М., кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Грабовський Д. П., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: дослідницька компетентність, майбутні фахівці із фізичної культури і спорту, наукові дослідження, академічна доброчесність.

На сучасному етапі розвитку освіти, науки та спорту від фахівців вимагається не лише високий рівень професійної підготовки, а й здатності до креативності, критичного мислення та впровадження інновацій. В Україні у зв'язку з викликами сьогодення, пов'язаних з війною та необхідністю зміцнення здоров'я і підвищення рівня фізичної підготовленості всіх верств населення, очевидним є запит на фахівців, здатних не лише адаптуватися до змін у галузі фізичної культури і спорту,

а й активно впливати на їх подальший розвиток через здійснення обґрунтованого наукового пошуку. Цим обумовлено актуальність формування дослідницької компетентності у здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Фізична культура і спорт».

Формуванням компетентностей майбутніх фахівців із фізичної культури і спорту у період з 2014 р. переймалися І. Хоменко, А. Молдаван, Р. Шостак та інші, що проаналізовано нами [2, с. 11-12]. Але проблема дослідницької компетентності майбутніх фахівців із фізичної культури і спорту дотепер не знайшла свого належного обґрунтування. Тому ми поставили за мету визначити шляхи формування дослідницької компетентності майбутніх фахівців із фізичної культури і спорту, які здобувають освіту на бакалаврському та магістерському рівнях вищої освіти.

Дослідницька компетентність – це інтегративна характеристика особистості, яка передбачає володіння методологічними знаннями, технологією дослідницької діяльності, визнання їхньої цінності та готовності до їх використання у професійній діяльності [4, с. 107]. Дослідницька компетентність фахівця фізичної культури визначена як якість особистості, що поєднує в собі знання, уміння, навички, досвід дослідницької діяльності в галузі фізичної культури, ціннісні ставлення та особистісні характеристики дослідника, виявляється в готовності і здатності до формування здоров'язберігального освітнього середовища [3, с. 23]. Виділяємо основні компоненти дослідницької компетентності фахівців фізичної культури і спорту, беручи до уваги висновки С. Хлібкевича [3, с. 23-24]: ціннісний – мотиви науково-дослідницької діяльності; когнітивний – знання щодо методології досліджень; діяльнісний – уміння реалізувати методи наукових досліджень, визначати причини і шляхи подолання проблем у ході наукового пошуку; рефлексивний – здатність оцінювати процес і результат наукової діяльності, здатність до саморегуляції, професійного самовдосконалення.

Відповідно до стандартів вищої освіти за спеціальністю «Фізична культура і спорт» нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти бакалаврського рівня включає такий результат навчання: мати базові знання з проведення досліджень проблем фізичної культури і спорту, підготовки та оформлення наукової праці; для магістерського рівня – розробляти та реалізовувати наукові і прикладні проєкти, спрямовані на розв'язання проблем інноваційного характеру у сфері фізичної культури і спорту. Для другого рівня вищої освіти передбачено спеціальні компетентності: здатність до критичного осмислення проблем у сфері фізичної культури і спорту, оригінального мислення та проведення досліджень, здатність планувати, організовувати та здійснювати наукові дослідження з фізичної культури і спорту.

У Київському національному університеті технологій та дизайну підготовка фахівців із фізичної культури і спорту здійснюється за освітньо-

професійними програмами «Фітнес та рекреація» (з 2025 р. – «Фітнес та фізкультурно-оздоровчі технології») та «Фізична культура і спорт». Для посилення дослідницького аспекту у магістерську програму було введено програмний результат навчання: здійснювати наукові дослідження з актуальних проблем сфери фізичної культури і спорту, використовуючи сучасні методи досліджень, дотримуючись вимог академічної доброчесності; готувати матеріали наукових досліджень до публікації в наукових виданнях.

Для забезпечення вищевказаних компетентностей та результатів навчання було запроваджено освітні компоненти: на бакалавраті – «Основи наукової діяльності у фізичній культурі та спорті», у магістратурі «Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності», «Проєктна діяльність у сфері фізичної культури і спорту». Майбутні бакалаври опановують загальні відомості про науку, особливості наукових досліджень у фізичній культурі та спорті, інформаційне забезпечення науково-дослідної роботи, загальнонаукові, педагогічні, соціологічні, медико-біологічні та інші методи досліджень, а також структуру, зміст і оформлення результатів наукового пошуку. Майбутні магістри вивчають теоретико-концептуальні основи науки, організацію сучасної наукової діяльності, методологію теоретичних та експериментальних наукових досліджень, основи інтелектуальної власності та принцип академічної доброчесності у науковій діяльності; основні принципи організації і проведення проєктування у сфері фізичної культури і спорту та участі у грантових програмах. Такий зміст навчальних дисциплін дозволяє сформувати когнітивний компонент дослідницької компетентності.

Індивідуальне завдання з «Основ наукової діяльності у фізичній культурі та спорті» передбачає написання тези доповіді на наукову конференцію. У магістратурі здобувачі вищої освіти проводять наукове дослідження, спрямоване на розв’язання актуальної задачі фізичної культури або спорту та готують кваліфікаційну роботу. Результати дослідження апробовуються на наукових конференціях, публікуються у наукових виданнях, впроваджуються у спортивних, спортивно-педагогічних закладах, фізкультурно-оздоровчих організаціях. Здобувачі вищої освіти активно долучаються до участі у наукових гуртках, які працюють на випусковій кафедрі. Таким чином формується діяльнісний компонент дослідницької компетентності.

Підтримуємо думку, що формуванню дослідницької компетентності сприяють інтерактивні методи навчання, які передбачають різні форми взаємодії викладача та здобувачів вищої освіти [1]. Зокрема, нами застосовується робота в малих групах, мозковий штурм, дискусії тощо. Це посилює ціннісний та рефлексивний компоненти дослідницької компетентності.

Отже, формуванню дослідницької компетентності майбутніх фахівців із фізичної культури і спорту сприяє продумане забезпечення її компонентів через зміст відповідних навчальних дисциплін, активне залучення здобувачів вищої освіти до наукових пошуків, інтерактивні методи навчання.

Список використаних джерел

1. Бойко І. В. Основи формування дослідницької компетентності майбутнього вчителя фізичної культури. *Педагогічна освіта: теорія і практика.* 2025. Вип. 38 (1), С. 86-96.

2. Внукова О. М., Томіч Л. М. Наукові дослідження з фізичної культури і спорту в Україні з 2014 р. *Physical Culture and Sport: Scientific Perspective*. 2024. № 1, Т. 2, С. 7-15.

3. Хлібкевич С. Б. Дослідницька компетентність майбутнього вчителя фізичної культури як педагогічна проблема. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова.* 2018. № 30 (40), С. 22-25.

4. Штонда О. Г., Білецька С. А., Проскурня О. І. Формування дослідницької компетентності магістрів педагогічних університетів у процесі науково-дослідної практики. *Наукові записки кафедри педагогіки*. 2022. № 51, С. 105-112.

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ФІЗИЧНУ КУЛЬТУРУ І СПОРТ

Зеленюк О. В., кандидат наук з фізичного виховання,
доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Ілляшенко Р.С., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Людина зі своїм складним анатомічним устроєм, фізіологічними та психічними особливостями є найвищим етапом еволюції органічного світу. Її організм – це цілісна біологічна система, де всі органи та системи перебувають у тісному взаємозв'язку. Саме ця єдність визначає потребу у формуванні правильних уявлень про фізичну культуру і спорт як про чинники гармонійного розвитку особистості.

Фізична культура не може розглядатися лише як набір вправ чи тренувальних методик. Вона має соціально-педагогічне значення, оскільки сприяє розвитку психічної, емоційної та інтелектуальної стійкості, формує ціннісні орієнтації та відповідальність за власне здоров'я. Систематична рухова діяльність підвищує працездатність, розширює фізичний резерв організму та водночас виховує у молоді усвідомлення того, що заняття спортом – це насамперед інвестиція у власне майбутнє, а вже потім – внесок у суспільство.

Соціально-педагогічний аспект полягає також у тому, що знання про функціонування організму мають бути інтегровані у виховний процес. Це дозволяє студентам і підліткам не лише розуміти біологічні основи фізичної культури, а й усвідомлювати її роль у формуванні особистісних якостей – самодисципліни, відповідальності, здатності до співпраці. Таким чином, фізична культура і спорт виступають не лише як засіб фізичного вдосконалення, але й як соціально-педагогічний механізм розвитку особистості, що забезпечує гармонійне поєднання біологічних, психологічних та соціальних чинників.

Кожні кілька років людство робить новий крок уперед. Наука, медицина, промисловість – усі ці галузі здійснюють значні прориви, створюючи нові прилади, техніку, апаратуру та медичні засоби. Такі досягнення впливають не лише на рівень життя, а й на психіку людини, формуючи нові уявлення про здоров'я та його збереження. Саме тому важливо розглядати ті основоположні соціально-педагогічні аспекти, які визначають ставлення молоді до фізичної культури і спорту.

Протягом усієї історії людство прагнуло до довгого та здорового життя. Це прагнення відображалося як у містичних пошуках «філософського каменя», так і в наукових дослідженнях, що у XX–XXI століттях досягли значних вершин у розумінні людини та шляхів продовження її життя. На цьому тлі голоси спортсменів і тренерів, які наголошують на значенні фізичної культури та спорту як щоденної практики, часто звучать менш гучно. Молодь нерідко ставить запитання: навіщо витрачати сили й час на тренування, якщо існують технології чи «чудодійні» засоби, що обіцяють швидкий результат?

Соціально-педагогічний аспект полягає в тому, що саме молодь найбільш схильна до спокуси отримати все й одразу, без тривалих тренувань, дієт чи обмежень. Проте варто пам'ятати: Наукові досягнення, яким можна довіряти більше, ніж містичним практикам, здебільшого не дають миттєвої «панацеї», а лише окреслюють перспективи на десятиліття вперед. Послуги як наукових, так і псевдонаукових «новаторів» є дорогими й недоступними для більшості. Масова практика використання навіть існуючих технологій ще не має достатньо перевірених прикладів.

Важливим чинником, що впливає на формування уявлень населення про фізичну культуру, є позиція сучасних лікарів. Вони наголошують, що дефіцит рухової активності та стреси в умовах розвитку сучасного суспільства є ключовими причинами негативних змін у стані здоров'я населення, які спостерігаються сьогодні у всіх економічно розвинених країнах. Гіподинамія та нервові перевантаження не лише знижують опірність організму, але й стають причиною серйозних патологічних явищ, значною мірою зумовлюючи зростання серцево-судинних, шлунково-кишкових, психічних та інших «хвороб століття». Саме тому медики одностайно вказують на розвиток фізичної культури як на один із основних напрямів профілактичної роботи.

Не менш важливим соціально-психологічним чинником залишаються приклади самих спортсменів і їхніх тренерів, які власним досвідом демонструють результати та досягнення, до яких варто прагнути. Для молоді особливо важливо підкреслити, що ці результати були досягнуті завдяки витримці, цілеспрямованості та прихильності до здорового способу життя. Саме ці якості формують правильні уявлення про фізичну культуру, яка полягає не лише у розвитку мускулатури, а й у засвоєнні цінностей, норм і знань, що створюються та використовуються суспільством задля фізичного й інтелектуального розвитку людини, удосконалення її рухової активності та формування здорового способу життя.

Особливе місце у соціальному житті сучасного суспільства займає олімпійський рух. Олімпізм – це соціально-культурне явище, що впливає на загальнолюдські морально-етичні цінності у світовому масштабі. Так, наприклад, у XXXI Олімпійських іграх у Ріо-де-Жанейро взяли участь представники 207 країн світу [2]. Це свідчить про глобальне значення спорту як чинника єдності, культурного розвитку та формування ціннісних орієнтацій молоді. Олімпійські ігри – це найкращий на сьогодні засіб пропаганди та утвердження загальнолюдських цінностей: миру, здорового способу життя, зміцнення сім'ї, подолання соціальних і расових відмінностей. У процесі розвитку олімпійського руху спортивні успіхи поступово стали показником національного престижу та культурної зрілості суспільства.

Разом із цим важливо розглянути, як формується здоровий спосіб життя та яким чином його можна реалізовувати у різних сферах життєдіяльності людини.

1. Трудова сфера. При аналізі формування здорового способу життя серед молоді, зокрема студентів, можна говорити про значні фізично-спортивні навантаження, що мають місце у цій групі населення, іноді навіть у примусовій формі. У цій сфері культивування здорового способу життя має найбільший масштаб і дає конкретні результати. Проте ефективність була б значно вищою, якби акцент робився не лише на нормативи, які необхідно виконати для здачі, а на переконання молоді у важливості постійного дотримання принципів здорового способу життя. Адже нормативи забезпечують короткочасний результат, тоді як усвідомлене ставлення формує тривалу мотивацію та стійкі соціально-педагогічні орієнтири.

2. Громадська сфера. Велику роль тут відіграють засоби масової інформації, особливо телебачення. Саме завдяки йому молодь може бачити історії видатних спортсменів, які досягли успіхів завдяки наполегливості та праці. Такі приклади формують ідеали для наслідування. Водночас допінгові скандали підривають довіру до спорту, тому боротьба з ними є важливим чинником формування здорового способу життя.

3. Сімейно-побутова сфера. Тут ключову роль відіграє особистий приклад батьків та їхнє ставлення до здорового способу життя. Держава не може безпосередньо впливати на сім'ю, але може формувати умови у інших сферах, що опосередковано впливають на батьків і дітей.

4. Дозвіллєва сфера. У цій сфері важливими є як медіа, так і діяльність держави щодо створення матеріальної бази: спортивних комплексів, стадіонів, катків, басейнів, майданчиків. Це формує у молоді впевненість, що вільний час варто проводити активно, займаючись спортом і перебуваючи на свіжому повітрі. Якщо держава зможе утвердити сприйняття спорту як добровільної та привабливої форми дозвілля, результат буде значно ефективнішим, ніж від примусового впливу у трудовій сфері.

Таким чином, будь-яка держава прагне активно формувати здоровий спосіб життя серед молоді, зокрема студентів. Фізична культура була й залишається основним засобом збереження довгого та активного життя. Важливо посилювати популяризацію ЗОЖ через телебачення, інтернет, приклади спортсменів та команди, нові світові рекорди. Це сприятиме не лише фізичному розвитку, а й формуванню соціально-педагогічних цінностей у молодіжному середовищі.

Список використаних джерел

1. Круцевич Т. Ю. Теорія і методика фізичного виховання : навчальний посібник. Київ : Олімпійська література, 2017. 432 с.

2. Пангелова Н. С. Соціально-педагогічні основи формування культури здоров'я студентської молоді. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2020. 256 с.

3. Шиян Б. М. Фізична культура в сучасному освітньому просторі : монографія. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 298 с.

4. Андрєєва О. В. Формування ціннісних орієнтацій студентів у процесі занять фізичною культурою // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2021. № 25. С. 12-18.

5. Сущенко Л. П. Соціально-педагогічні аспекти розвитку фізичної культури і спорту в Україні // Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Серія 15 : Науково-педагогічні проблеми фізичної культури. 2022. Вип. 3(149). С. 45-52.

МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ СПОРТИВНОГО ТРЕНУВАННЯ НА ЕТАПІ БАЗОВОЇ ПІДГОТОВКИ

Зеленюк О.В., кандидат наук з фізичного виховання,
доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Марусич Г.Ю., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Готовність спортсмена до демонстрації високих результатів – це складний динамічний стан, який характеризується гарною фізичною та психологічною працездатністю (фізична й моральна підготовка, а також високий рівень необхідних навичок і вмінь – технічна та тактична підготовка). Зазначений стан досягається завдяки відповідній підготовці. Однією з основних сторін підготовки є фізична підготовка.

Термін «тренування» походить від англійського слова training, що означає «вправа». Довгий час саме таке значення вкладали й у поняття «спортивне тренування», розуміючи під цим терміном багаторазове виконання спортивної вправи для досягнення вищого результату. Згодом зміст поняття «спортивне тренування» розширився і нині розглядається як планований педагогічний процес, який включає не лише розвиток фізичних здібностей, а й навчання спортсмена техніці та тактиці.

Метою спортивного тренування є підготовка до спортивних змагань, спрямована на досягнення максимального рівня підготовленості конкретного спортсмена. Для забезпечення фізичної підготовки у розпорядженні тренера знаходяться такі компоненти тренування: засоби, методи, навантаження та відпочинок. Засіб – це конкретний зміст дії спортсмена, а метод – це спосіб дії, шлях його застосування.

Мета дослідження: вивчити засоби та методи спортивного тренування.

Основна частина. Засіб – це конкретний зміст дії спортсмена. Основними засобами тренування є фізичні вправи. Їх умовно можна поділити на три групи: загальнопідготовчі, спеціально-підготовчі та змагальні [2].

Загальнопідготовчі вправи – це вправи, які за формою руху не мають подібності із змагальними вправами. За допомогою цієї групи вправ вирішується завдання всебічного функціонального розвитку організму спортсмена, підвищується загальний рівень працездатності та координації рухів [1].

Спеціально-підготовчі вправи займають центральне місце в системі тренувань легкоатлетів і охоплюють коло засобів, що включають елементи змагальної діяльності, сприяють цілеспрямованому впливу на певні системи організму та через розвиток фізичних здібностей удосконалюють технічну майстерність. За силою впливу вони мають бути рівноцінними змагальній вправі або ж трохи перевищувати її. Саме за цієї умови можливий позитивний результат тренування. Чим менше спеціально-підготовчі вправи відрізняються від змагальних, тим вони ефективніші. Вони можуть впливати як на окремі ланки тіла спортсмена (локальні вправи), так і на організм у цілому, тому їх слід повторювати у визначених умовах тренувального процесу [2]. Змагальні вправи – це комплекс дій, які є предметом спортивної спеціалізації та виконуються відповідно до чинних правил змагань [2].

Засоби спортивного тренування також можна поділити за спрямованістю впливу на дві групи: засоби, безпосередньо пов’язані з удосконаленням різних сторін підготовленості – тактичної, технічної; засоби, переважно пов’язані з розвитком рухових якостей. Методи спортивного тренування – це засоби й способи розвитку здібностей, навичок і знань [1]. У практичних цілях методи спортивного тренування прийнято поділяти на три групи: словесні; наочні; практичні. До словесних методів належать розповідь, пояснення, лекція, бесіда, аналіз, обговорення, команда, підказка тощо. Ці методи повинні застосовуватися в образній та доступній формі, особливо під час підготовки кваліфікованих спортсменів. Наочні методи є різноманітними й значною мірою визначають реальність процесу тренування. До них належать правильний і безпосередній показ вправ та їх елементів тренером або кваліфікованим спортсменом. Методи практичних вправ умовно можна поділити на дві основні підгрупи: методи, спрямовані на оволодіння спортивною технікою, тобто на формування рухових умінь і навичок; методи, спрямовані на розвиток рухових якостей. Серед методів, спрямованих на оволодіння спортивною технікою, виділяють методи розучування рухів у цілому та по частинах. Розучування рухів у цілому здійснюється під час освоєння простих вправ, поділ яких на частини неможливий.

Як самостійні методи слід виокремити: ігровий та змагальний. Ігровий метод передбачає виконання рухових дій в умовах гри, у межах характерних для неї правил. Змагальний метод передбачає спеціально організовану діяльність, спрямовану на виявлення рівня підготовленості спортсмена та виступає як спосіб підвищення ефективності тренувального процесу [2].

Отже, при виборі тренувальних вправ необхідно ширше використовувати можливість створення позитивного емоційного фону. Це забезпечує та сприяє більш активному відновленню. Серед засобів і методів виконання вправ слід надавати перевагу саме тим, які забезпечують зростання тренованості та краще відновлення. Важливою є також загальна фізична підготовленість спортсмена. Вона підвищує життєдіяльність і стійкість організму до різних зовнішніх впливів, допомагає легше їх переносити та швидше відновлюватися.

Список використаних джерел

1. Василюк В. М., Ярмощук О. О. Основи теорії та методики спортивного тренування : навчально-методичний посібник. Рівне : Рівненський державний гуманітарний університет, 2025. 77 с.

2. Тодорова В. Основи теорії і методики спортивного тренування : навчальний посібник. Одеса : Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, 2023. 206 с.

ОЗДОРОВЧИЙ БІГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Зеленюк О. В., кандидат наук з фызичного виховання,
доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Мороз О. В., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Фізичне виховання у закладі вищої освіти передбачає охорону та зміцнення здоров'я студентів і їх повноцінний фізичний розвиток. Воно спрямоване на своєчасне формування у студентів рухових навичок, умінь і фізичних якостей; розвиток інтересу до різних, доступних їм видів рухової діяльності, фізичної культури; виховання позитивних морально-вольових рис особистості [1]. Фізична підготовленість є результатом процесу фізичної підготовки, який спрямований на зміцнення здоров'я та розвиток рухових якостей.

Найважливішим завданням фізичного виховання студентів у закладі вищої освіти є підвищення рівня фізичної підготовленості та розвиток рухових якостей [3]. Останнім часом спостерігається зниження рівня фізичної підготовленості у студентів. На цей процес впливає численний ряд факторів. Аналіз літератури з розвитку рухових якостей у студентів показав, що це питання достатньо висвітлене, однак потребує подальшого вдосконалення та розробки.

Метою нашого дослідження було експериментальне обґрунтування ефективності занять оздоровчим бігом для підвищення рівня фізичної підготовленості студентів. Для організації дослідження та вирішення поставлених завдань у роботі застосовувалися такі методи: аналіз науково-методичної літератури; контрольні випробування; педагогічний експеримент; методи математичної статистики. Дослідження було проведено серед студентів Київського національного університету технологій та дизайну. Було сформовано дві експериментальні групи (ЕГ – юнаки (n=13), ЕГ – дівчата (n=12)) та дві контрольні групи (КГ – юнаки (n=13), КГ – дівчата (n=11)).

Розпочинаючи заняття оздоровчим бігом на заняттях з фізичної культури, ми дотримувалися певної логіки побудови тренування, адже нераціональне поєднання навантажень різної фізіологічної спрямованості може призвести не до покращення, а навпаки – до зниження рівня тренованості. На початковому етапі ми зосередили увагу на розвитку аеробних можливостей одночасно з удосконаленням функцій серцево-судинної та дихальної систем, тобто на розвитку загальної витривалості. На другому етапі збільшувався обсяг навантаження у змішаному аеробно-анаеробному режимі енергозабезпечення, застосовуючи для цього безперервну рівномірну роботу у формі темпових пробіжок, кросів у широкому діапазоні швидкостей до субкритичної включно, а також різні

види безперервної змінної роботи. На третьому етапі обсяги навантажень збільшувалися за рахунок застосування більш інтенсивних вправ, виконуваних методами інтервальної та повторної роботи у змішаному аеробно-анаеробному та анаеробному режимах.

Попередні результати контрольних випробувань дозволяють стверджувати, що обстежуваний контингент студентів є однорідним у прояві представлених рухових якостей. Так, за більшістю показників фізичної підготовленості темп приросту в експериментальній групі юнаків значно вищий, ніж у ровесників із контрольної групи. Такі ж зміни спостерігалися й у дослідних групах (ЕГ та КГ) дівчат.

За показниками фізичної підготовленості у КГ юнаків протягом дослідження відбулися достовірно значущі прирости у показниках, що характеризують координаційні здібності (4,29; $p<0,01$), підтягуванні у висі (2,15; $p<0,05$), що свідчить про позитивний вплив програмного матеріалу з фізичної культури у закладі вищої освіти. У ЕГ юнаків протягом дослідження достовірно значущий приріст спостерігався у показнику підтягування у висі (3,2; $p<0,05$) та стрибку у довжину з місця (3,4; $p<0,05$), а також у бігу на 1500 м (2,50; $p<0,05$). Очевидно, цей приріст відбувся завдяки тому, що під час занять з фізичної культури студентам ЕГ пропонувалися вправи, розроблені для організації та проведення дослідження. За рештою показників достовірно значущого приросту не спостерігалося ($p>0,05$).

Фізична підготовленість у дівчат дослідних груп зазнавала певних змін залежно від використаних засобів фізичної культури. Протягом усього дослідження зміни досліджуваних показників у дівчат ЕГ мали позитивну динаміку. У дівчат КГ протягом експерименту спостерігалися достовірно значущі прирости за такими показниками: піднімання тулуба (3,84; $p<0,01$), стрибок у довжину з місця (3,6; $p<0,01$). У ЕГ дівчат за час дослідження відбулися достовірно значущі зміни за такими показниками: піднімання тулуба (2,2; $p<0,05$), човниковий біг 4×9 м (4,3; $p<0,01$), біг на 1100 м (5,83; $p<0,01$). Достовірно значущим змінам у показнику гнучкості сприяли вправи, запропоновані на заняттях оздоровчим бігом. Слід зазначити, що у показнику загальної витривалості, так само як і в юнаків, спостерігалися позитивні зміни ($p<0,01$), що підтверджує ефективність розроблених програм занять оздоровчим бігом.

Таким чином, оцінка дальності стрибка у довжину з місця дала змогу віднести результати розвитку швидкісно-силових здібностей студентів експериментальних груп наприкінці дослідження до рівня вище середнього. У зв’язку з цим можна стверджувати, що заняття оздоровчим бігом позитивно впливають на фізичну підготовленість і тим самим сприяють розвитку основних функціональних систем організму тих, хто займається.

Отже, встановлено, що з усіх досліджуваних показників фізичної підготовленості у процесі занять оздоровчим бігом найбільшому впливу у

студентів експериментальної групи юнаків піддаються: загальна витривалість (біг на 1500 і 1100 м – юнаки та дівчата); координаційні здібності (човниковий біг 4×9 м – юнаки та дівчата; $p<0,05–0,01$); силові здібності (підтягування у висі – юнаки). На підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що найбільш сприятливими з точки зору підвищення рівня фізичної підготовленості студентів є регулярні заняття оздоровчим бігом, організовані на заняттях з фізичної культури не менше трьох разів на тиждень.

Список використаних джерел

1. Гелета Д. Д., Горшанкова Т. О. Біг як засіб зміцнення здоров'я та формування фізичних якостей студентів // Science, trends and perspectives of development : The VII International Scientific and Practical Conference, February 21-23, Budapest, Hungary. 2022. С. 155-158.

2. Арефьєв В. Г. Фізична підготовленість студентів різного фізичного здоров'я // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 15 : Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт). 2024. Вип. 10 (183). С. 12-19. DOI: 10.31392/UDU-nc.series15.2024.10(183).02.

3. Гулько Т. Ю. Підвищення рухової активності студентів засобами тренувальної й оздоровчо-рекреаційної діяльності // Актуальні проблеми фізичного виховання різних верств населення. 2025. № 2. С. 96-101.

УДК 379.85
ORCID ID: 0000-0003-3234-4126

СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ У ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КОНТЕКСТ

Копилець Є. В., кандидат педагогічних наук, асистент кафедри географії, методики її навчання та туризму
Шкурпела М. О., здобувач вищої освіти
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Ключові слова: спортивно-оздоровчий туризм, дитячо-юнацький туризм, туристсько-краєзнавчий напрям позашкільної освіти, соціокультурний феномен.

У сучасному науковому дискурсі відбувається певне переосмислення дитячо-юнацького туризму. Прикметно, що в низці досліджень туристичної активності школярів та молоді у регіонах України (А. Абрам, В. Грицку, В. Зейко, М. Мельнійчук, Л. Оніщук) констатують досить значну активність цих вікових категорій у користуванні комерційними туристичними послугами, в тому числі мандрівками туристичними маршрутами з активними способами пересування.

Досліджуючи суспільно-географічні аспекти дитячо-юнацького туризму, О. Колотуха констатував, що визначення цього поняття давали здебільшого вчені у галузі педагогіки. Погоджуючись із трактуванням дитячо-юнацького туризму як масового руху підростаючого покоління з метою пізнання навколишнього світу та самих себе засобами туристсько-краєзнавчої діяльності, він запропонував розглядати дитячо-юнацький туризм як рекреаційну діяльність дітей та юнацтва, спрямовану на задоволення оздоровчих, спортивних та пізнавальних потреб особистості поза місцем постійного проживання й навчання. Відповідно, туристсько-краєзнавча діяльність є компонентом рекреаційної діяльності [1, с. 14-15].

Дещо згодом за результатами аналізу особливостей дитячо-юнацького туризму на початку XXI століття, в сучасних соціально-економічних реаліях, А. Шипко дійшов висновку, що його можна розглядати з двох основних позицій. По-перше, це подорожі та екскурсії дітей та юнацтва, в яких реалізуються завдання освіти, виховання, всебічного розвитку, оздоровлення та психофізичної реабілітації особистості на основі використання туристичних ресурсів. По-друге, дитячо-юнацький туризм є сегментом туристичного ринку, зорієнтованим на дітей та юнацтво, туристичні послуги та продукти для якого створюють і реалізують його суб'єкти – туроператори, екскурсійні бюро та турагенти.

Якщо за часів СРСР, коли змістово та структурно оформилася вітчизняна система дитячо-юнацького туризму, всі без винятку складові дитячо-юнацького туризму мали чітко виражене соціальне забарвлення, практично всі туристичні послуги для дітей та учнівської молоді були пільговими чи й безкоштовними, а оздоровчі табори не розглядалися у структурі дитячо-юнацького туризму, то тепер ситуація змінилася. Як зазначає А. Шипко, «Практично дитячо-юнацький туризм може мати як комерційне, так і соціальне забарвлення відповідно до характеру ціноутворення на його послуги. Саме тому під дитячо-юнацьким туризмом … слід розуміти сегмент туристичного ринку, орієнтований на дітей і юнацтво, різноманітні завдання в роботі із якими реалізують його суб'єкти – навчальні заклади всіх рівнів акредитації, позашкільні навчальні заклади, дитячі та молодіжні громадські організації, оздоровчі табори, туристичні бази, екскурсійні бюро тощо. Метою дитячо-юнацького туризму є всебічний розвиток, організація дозвілля, психофізична реабілітація та оздоровлення особистості. Досягнення цієї мети забезпечується змістом дитячо-юнацького туризму, який полягає в спеціально організованій, цілеспрямованій взаємодії особистості з природним і соціокультурним середовищем» [6, с. 2].

Відповідно, зауважує А. Шипко, за цих умов не можна, як раніше, ототожнювати дитячо-юнацький туризм із туристсько-краєзнавчою діяльністю, хоча вона є його важливою складовою і концентрує в собі найефективнішу частину його виховного потенціалу. Заклад позашкільної освіти туристсько-краєзнавчого профілю є рівноправним суб'єктом

туристичного ринку, головна особливість якого полягає в тому, що він відповідно до законодавства може надавати виключно послуги соціального туризму. Зауважимо, що на сьогодні і це твердження застаріло, оскільки неприбутковою є діяльність лише закладів позашкільної освіти державної та комунальної форм власності – приватних закладів це не стосується.

Певного зміщення акцентів зазнало і тлумачення низки суспільних функцій рекреаційно-туристської діяльності учнівської молоді: соціальної, медико-біологічної та економічної. Та, попри це, погоджуємося з О. Колотухою, що дитячо-юнацький туризм насамперед покликаний вирішувати важливі соціальні проблеми, пов'язані з вихованням та освітою підростаючого покоління засобами туристсько-краєзнавчої діяльності, формуванням усебічно розвиненої особистості. Медико-біологічна функція рекреаційно-туристської діяльності учнівської молоді полягає в організації змістовного відпочинку та оздоровлення підростаючого покоління засобами туристсько-краєзнавчої діяльності.

Економічна функція не є першочерговою і визначальною для дитячо-юнацького туризму. Хоча в сучасних умовах відчутно зростає питома вага таких показників економічної ефективності дитячо-юнацького туризму, як розширення сфери прикладання праці за рахунок зайнятості в рекреаційно-туристській та супутніх галузях, розвиток інфраструктури рекреаційних територій, доходи від реалізації туристсько-екскурсійних послуг, економічний ефект від функціонування системи дитячо-юнацького туризму визначається насамперед важливою профілактичною роллю туристських закладів (насамперед, закладів позашкільної освіти) у попередженні та/або зниженні захворюваності учнівської та студентської молоді [1, с. 22-23].

Сказане особливо виразно знаходить вияв у сфері спортивно-оздоровчого туризму. Ми визнаємо продуктивність позиції О. Колотухи щодо розрізнення спортивно-оздоровчого та спортивного туризму за прикладом спортивної аналогії розрізнення фізичної культури та спорту [2], однак щодо дитячо-юнацького туризму необхідно враховувати особливості мотивації здобуття позашкільної освіти туристсько-спортивного профілю: далеко не всі представники учнівської молоді, які записуються до туристсько-спортивних гуртків, роблять це насамперед через бажання серйозно долучитися до туризму як неолімпійського виду спорту [3]. Тому вважаємо за можливе інтерпретувати дані по туристсько-спортивних гуртках у системі дитячо-юнацького туризму в спортивно-оздоровчому контексті. Відзначимо, що і в методичних публікаціях наявне тлумачення занять туризмом учнівської молоді на уроках фізичної культури та в гуртках саме як спортивно-оздоровчого туризму [3].

Конкретним підтвердженням реалізації гуртками туристсько-спортивного профілю соціальної та медико-біологічної функцій, що споріднює їх зі спортивно-оздоровчим туризмом, є статистичні дані, які щороку узагальнювалися Українським державним центром національно-

патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді в інформації про стан національно-патріотичного виховання учнівської молоді та розвиток туристсько-краєзнавчого напряму позашкільної освіти.

У 2023 р. діти з особливими освітніми потребами здобували позашкільну освіту в туристсько-спортивних гуртках Вінницької, Волинської, Закарпатської, Запорізької, Полтавської, Сумської, Чернівецької, Черкаської областей та м. Києва, у 2024 р. – Волинської, Дніпропетровської, Донецької, Київської, Одеської, Полтавської, Сумської, Черкаської, Чернівецької, Чернігівської областей. Вони відвідували різноманітні гуртки: пішохідного туризму, велосипедного туризму, спортивного туризму, спортивного орієнтування тощо. Особливо виразним є приклад Мурованокуриловецької санаторної школи-інтернату Вінницької обласної ради, де у 2023 р. гурткової роботою зі скелелазіння було охоплено 32 учні з особливими освітніми потребами [5].

Отже, попри об’єктивні зміни у царині дитячо-юнацького туризму, що відбулися впродовж останніх десятиліть, його варто трактувати не як спрощений аналог дорослого туризму чи прикладну сферу організації дозвілля специфічної вікової категорії споживачів туристичного продукту, а як складний, багатовимірний соціокультурний феномен, що має власні закономірності розвитку, специфічні функції та потребує міждисциплінарного аналізу на стику педагогіки, економіки, соціології та психології.

Список використаних джерел

1. Колотуха О. В. Географія дитячо-юнацького туризму в Україні : навч. посіб. Київ : УДЦТКУМ, 2008. 278 с.
2. Колотуха О. Теоретико-методичні засади спортивного туризму як виду спорту та активної рекреації. *Фізичне виховання і спорт в навчальних закладах України на сучасному етапі: стан, напрямки та перспективи розвитку :* зб. наук. праць XXIII Всеукр. наук.-практ. конф. КДПУ ім. В. Винниченка. Кропивницький : Ексклюзив-Систем, 2017. Вип. 23. С. 15-21.
3. Копилець Є. В. До питання про мотиви здобуття позашкільної освіти туристсько-краєзнавчого напряму. *Психологія та туризм :* матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 27 травня 2022 р.). Київ : ТОВ «Геопринт», 2022. С. 75–77.
4. Палатний І. А. Організація самостійної роботи учнів під час проведення занять зі спортивно-оздоровчого туризму. *Інноваційні форми роботи у позашкільній освіті: туристсько-краєзнавчий напрям :* матеріали Всеукр. семінару-практикуму директорів центрів туризму і краєзнавства учнівської молоді, станцій юних туристів (м. Львів, 18-20 вересня 2012 р.) / за заг. ред. А. Д. Середницької, Н. В. Савченко, М. В. Набитовича. Львів : ВД «Панорама», 2012. С. 112-117.

5. Плани та звіти. *Український державний центр національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді.* URL: https://udcnpvctum.kyiv.ua/pro-nas/plany-ta-zvity/
6. Шипко А. Л. Дитячо-юнацький туризм як предмет наукового дослідження. *Краєзнавство. Географія. Туризм.* 2014. № 1. Вкл. С. 1-6.

https://orcid.org/0000-0002-2787-6497

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖУВАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Сіренко П. О., PhD, дослідник
Ризький Університет Страдиня (Рига, Латвія)

Ключові слова: технології здоров'язбереження, контроль здоров'я, моніторинг фізичного стану

Сучасний контекст здров'язбережувальних технологій представляють собою конгломерат мультидисциплінарних напрямків спрямованих на оптимізацію функціональних систем організму під час повсякденної – побутової та спеціалізованої активності в спорті [1,5]. Відповідно, постає питання пошуку найбільш персоналізованих засобів впливу на організм людини (фітнес напрямки) та оцінки складових ендогенної відповіді (моніторинг фізичного стану зі спеціальним обладнанням, цифрові додатки для контролю за здоров'ям).

В структурі сучасних здоров'язбережувальних технологій фітнес-технології розглядаються як один із найбільш динамічних і практикоорієнтованих напрямків, спрямованих на підтримку та зміцнення фізичного здоров'я, профілактику захворювань і підвищення функціональних можливостей організму [1,4]. У сучасній педагогіці та теорії фізичного виховання фітнес-технології визначаються як система спеціально організованих фізичних вправ, методик тренування та оздоровчих програм, що базуються на науково обґрунтованих принципах фізіології, біомеханіки та спортивної медицини. Вони інтегруються у загальну систему здоров'язбережувальних технологій поряд із психолого-педагогічними, санітарно-гігієнічними та соціально-профілактичними підходами, забезпечуючи комплексний вплив на фізичний і психоемоційний стан людини [2,5]. У структурі здоров'язбережувальних технологій фітнес-технології виконують насамперед фізкультурно-оздоровчу функцію, що пов'язана з оптимізацією рухової активності та формуванням стійкої мотивації до здорового способу життя. Згідно з рекомендаціями ВООЗ,

регулярна фізична активність є одним із основних чинників профілактики серцево-судинних, метаболічних і психоемоційних порушень, тому впровадження сучасних фітнес-програм у навчальний процес розглядається як важлива складова формування здорового освітнього середовища [3]. Особливістю фітнес-технологій є їхня варіативність, можливість індивідуалізації навантаження та адаптації до вікових, статевих і функціональних особливостей учасників освітнього процесу. Сучасні напрями фітнес-технологій включають аеробні, силові, функціональні, координаційні та відновлювальні програми. До аеробних напрямів належать степ-аеробіка, танцювальний фітнес, тренування функціональних можливостей серцево-судинної системи, які сприяють розвитку витривалості та резистентності до екзогенних факторів. Силові фітнес-технології передбачають використання вправ з обтяженнями, еспандерами, тренажерами або власною вагою тіла та спрямовані на розвиток м'язової сили, координаційних здібностей і профілактику порушень постави. Важливим компонентом сучасних фітнес-технологій є оздоровчі та відновлювальні напрями, до яких належать стретчинг, пілатес, йога, міофасціальний реліз, дихальні та релаксаційні вправи [5]. Ці методики спрямовані на зниження м'язового напруження, покращення гнучкості, нормалізацію психоемоційного стану та профілактику перевантаження, що особливо актуально в умовах високого навчального та інформаційного навантаження. Поєднання активних і відновлювальних засобів відповідає сучасним уявленням про баланс навантаження і відпочинку як основний принцип здоров'язбереження [2].

Технології моніторингу фізичного стану є одним із сучасних інноваційних напрямків здоров'язбережувальних технологій, що забезпечують об'єктивний контроль за функціональним станом організму, рівнем фізичної працездатності та адаптаційними можливостями людини. У структурі сучасних здоров'язбережувальних підходів вони поєднують педагогічні, медико-біологічні та інформаційні методи, спрямовані на своєчасне виявлення перевантаження, профілактику захворювань і оптимізацію фізичної активності. Використання таких технологій особливо актуальне в освітньому середовищі, де необхідно забезпечити баланс між навчальним навантаженням, руховою активністю та психофізіологічним станом здобувачів освіти. Сучасні технології моніторингу фізичного стану базуються на застосуванні інструментальних методів оцінювання, які дозволяють отримувати кількісні показники функціонування організму [1,3]. До них належать вимірювання частоти серцевих скорочень, варіабельності серцевого ритму, показників дихальної системи, електроміографії,

рівня фізичної працездатності та показників втоми. Такі дані можуть отримуватися за допомогою портативних сенсорів, фітнес-трекерів, кардіомоніторів, систем біомеханічного аналізу рухів та програмного забезпечення для обробки сигналів. Об'єктивність і можливість динамічного спостереження роблять моніторинг важливим інструментом індивідуалізації фізичних навантажень. Особливого значення технології моніторингу набувають у сучасній освіті, де зростає роль індивідуалізації навчання та персоналізації фізичного виховання. Використання даних про фізичний стан дозволяє педагогам і тренерам коригувати інтенсивність вправ, тривалість занять і режим відпочинку. Це відповідає принципам здоров'язбережувальної педагогіки, які передбачають недопущення перевантаження та створення безпечного освітнього середовища [5]. Крім того, моніторинг сприяє інтеграції міждисциплінарних підходів, поєднуючи фізичне виховання, біомеханіку, фізіологію та інформаційні технології. Важливою тенденцією є використання цифрових платформ і мобільних застосунків для збору та аналізу даних. Сучасні системи дозволяють автоматично зберігати результати вимірювань, відстежувати динаміку показників і формувати індивідуальні рекомендації [2,4]. Це створює умови для переходу від епізодичного контролю до безперервного моніторингу, що значно підвищує ефективність здоров'язбережувальних заходів. Разом із тим застосування таких технологій потребує дотримання етичних норм, захисту персональних даних та підготовки педагогів до роботи з цифровими інструментами. Отже, технології моніторингу фізичного стану є важливою складовою сучасних здоров'язбережувальних технологій, оскільки забезпечують науково обґрунтований підхід до організації фізичної активності, сприяють профілактиці перевантаження та підвищують ефективність освітнього процесу [2,3]. Їх інтеграція в систему освіти дозволяє перейти від загальних рекомендацій до індивідуалізованого управління фізичним станом, що відповідає сучасним вимогам безпечного та здорового освітнього середовища.

У структурі сучасних здоров'язбережувальних технологій важливе місце посідає використання цифрових додатків для контролю стану здоров'я, що пов'язано із загальною цифровізацією освіти та впровадженням інноваційних підходів до моніторингу фізичного і психофізіологічного стану людини [5]. Найбільш поширеними є мобільні застосунки та носимі пристрої, які дозволяють відстежувати частоту серцевих скорочень, рівень фізичної активності, якість сну, витрати енергії та інші фізіологічні показники. Важливим напрямком є використання цифрових додатків для профілактики перевантаження та контролю психоемоційного стану. Сучасні програми дозволяють оцінювати рівень стресу,

тривожності, якість сну та показники відновлення, що має особливе значення в умовах високого навчального навантаження. Використання мобільних платформ для релаксації, дихальних вправ та керування увагою сприяє зниженню рівня психічного напруження та профілактиці емоційного вигорання. Таким чином, цифрові інструменти інтегруються у психолого-педагогічні здоров'язбережувальні технології та забезпечують індивідуалізацію підходів до підтримки здоров'я. Використання сенсорних систем, мобільних додатків та програм обробки даних дає можливість отримувати об'єктивні показники фізичного стану, що підвищує наукову обґрунтованість навчального процесу. Такий підхід особливо актуальний у фізичному вихованні, спорті, реабілітації та підготовці фахівців у галузі здоров'я людини, де необхідний точний контроль навантаження та відновлення [3]. Отже, використання цифрових додатків для контролю здоров'я є одним із провідних напрямів сучасних здоров'язбережувальних технологій, що забезпечує індивідуалізацію навчального процесу, підвищує ефективність профілактики перевантаження та сприяє формуванню культури відповідального ставлення до власного здоров'я [1,5]. Інтеграція цифрового моніторингу з педагогічними та медико-біологічними підходами створює нові можливості для розвитку здоров'язбережувального освітнього середовища.

Список використаної літератури:

1. Круцевич Т. Ю., Трачук С. В. Теорія і методика фізичного виховання : підручник для студентів закладів вищої освіти. Київ : Олімпійська література, 2017. 448 с.
2. Сіренко, П., Максим'як, Я., & Горлова, Л. (2025). Аспекти рухової активності та фактори екзогенного впливу на здоров'я індивідууму. Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 15, (5К(191),176-181.
3. World Health Organization. Global action plan on physical activity 2018–2030: More active people for a healthier world. Geneva : WHO, 2018. 104 p.
4.Dzene-Lekse K, Sirenko P, Storozhenko I, Zidens J, Yuzyk O, Sirenko R. Self-talk content and performance indicators for young tennis players in competitions. shss [Internet]. 2025Jun.11 [cited 2025Jun.16];29(2):142-50. https://doi.org/10.15391/snsv.2025-2.05
5. Sirenko P, Storozhenko I, Sirenko R, Yuzyk O, Kindrat V, Lietuviete D, Kolesnyk T. Resilience of individual health and endogenous response to determinants of motor activity of athletes. Med. perspekt. [Internet]. 2025Jun.27 [cited 2025Jul.5];30(2):190-203. https://doi.org/10.26641/2307-0404.2025.2.333679

РОЛЬ ПЕДАГОГІЧНОГО ПРОЄКТУВАННЯ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

Томіч Л.М., кандидат медичних наук
завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я
Київський національний університет технологій та дизайну

На сучасному етапі розвитку педагогічної освіти інноваційні процеси глибоко проникли в її різні сфери. Пошук нових підходів ведеться у різних напрямах – у розробці та модернізації змісту, найсучасніших технологіях навчання, формах організації діяльності суб'єктів освітнього процесу, в оцінюванні його результатів. Усі інновації, що увійшли в практику у сфері вищої фізкультурної освіти, спрямовані на становлення педагога нового типу, здатного вирішувати коло значущих педагогічних проблем XXI століття.

На нашу думку, визначальними рисами такого педагога є творча активність; рефлексивність; постійно зростаюча потреба у самоосвіті та самовдосконаленні. Становлення педагога нового типу у сфері фізичної культури і спорту – складний і багатоетапний процес. Одним із основних засобів його становлення в умовах вищої фізкультурної освіти є оновлений зміст і організація процесу засвоєння профілюючих дисциплін теоретичного циклу як основи для інтеграції знань про людину, світ і себе.

Унікальність професійної компетентності фахівця з фізичної культури і спорту серед інших педагогічних професій полягає у специфічній широті професійно важливих якостей та різних сторін професіоналізму [3].

Метою нашого дослідження було розгляд можливостей педагогічного проєктування у формуванні професійної компетентності майбутнього фахівця у сфері фізичної культури і спорту (фітнес-тренера, інструктора-методиста тощо) під час здобуття ним вищої фізкультурної освіти.

Вважаємо, що особливе місце у формуванні професійної компетентності майбутнього фахівця займає поглиблене вивчення профілюючих теоретичних дисциплін. Наприклад, «Проєктна діяльність у сфері фізичної культури і спорту» є логічним продовженням вивчення дисциплін «Теорія і методика фізичної культури», «Теорія і методика спортивного тренування» для студентів-бакалаврів та слугує формуванню професійно значущих якостей і компетентностей.

Метою опанування даного курсу є: Оволодіння студентами практичними уміннями проєктування, конструювання, організації та аналізу власної педагогічної діяльності; Створення умов для формування особистісно значущого досвіду індивідуальної та спільної діяльності при

розв’язанні педагогічних завдань. Вивчення даного курсу ми будуємо на основі таких принципів: особистісно-орієнтованої спрямованості, діалогічності, варіативності, практичної орієнтованості, прояву активної суб’єктної позиції всіх учасників освітнього процесу.

Реалізація принципу діалогічності передбачає використання студентами різноманітних форм діалогової взаємодії, різних за змістом, позиціями, рівнем активності та самостійності. Принцип варіативності пов’язаний із максимальним урахуванням індивідуальних особливостей, інтересів і потреб суб’єктів освітнього процесу. Принцип практичної орієнтованості – з розв’язанням практичних освітніх проблем. Основою принципу творчої активності є створення умов для самореалізації кожного студента.

Зміст курсу передбачає розкриття технології проєктування – її основ, сутності, логіки проєктувальної діяльності у сфері фізичної культури і спорту. У ньому розглядаються цілі, стратегія, тактика проєктувальної діяльності; питання конструювання змісту, форм, методів навчально-тренувального процесу; основи педагогічної діагностики як інструмента, необхідного при проєктуванні; проблеми аналізу й оцінювання педагогічних проєктів.

Побудова курсу може здійснюватися за власною освітньою та організаційною моделлю. Наприклад, можуть використовуватися такі освітні моделі: Поточна – її основна структура полягає в аудиторному навчанні у великих групах, до яких можуть входити студенти кількох факультетів, де кожен студент розв’язує однакову для всіх проблему. Селективно-групова – навчання в рівневих мікро- та макрогрупах; склад рівневих груп може варіюватися залежно від теми, що вивчається. Модель змішаних здібностей – на основі формування мікрогруп за когнітивними ознаками. Загальний склад групи постійний, але всередині неї створюються тимчасові групи. Інтегративна модель – на основі діяльності єдиної групи з багатьма можливостями для індивідуальної роботи. Інноваційна модель – з формуванням груп змішаних здібностей, яка розробляє колективний творчий проєкт.

Основне значення розробки творчого проєкту полягає у діяльності зі створення (вироблення, планування, конструювання) певної системи, об’єкта чи моделі. При цьому проєктування може бути теоретичним (на папері чи комп’ютері), а конструювання передбачає обов’язкове матеріальне (реальне) втілення проєктної діяльності. Опанування технології проєктування спрямоване на те, щоб навчити студентів створювати моделі планованих (майбутніх) процесів і явищ (на відміну від моделювання, яке може поширюватися й на минулий досвід з метою його глибшого осмислення). Компонентами проєктної діяльності можуть виступати конкретні моделі чи модулі (наприклад, мікро- і мезоцикли системи спортивної підготовки).

У теорії педагогічного проєктування [1] прийнято виділяти такі моделі: Прогностична модель – для оптимального розподілу ресурсів і конкретизації цілей; Концептуальна модель – базується на інформаційній базі даних і програмі дій; Інструментальна модель – дозволяє підготувати засоби виконання та навчити викладачів роботі з педагогічним інструментарієм; Модель моніторингу – створюється для забезпечення механізмів зворотного зв'язку та способів корекції можливих відхилень від запланованих результатів; Рефлексивна модель – призначена для вироблення рішень у випадку виникнення несподіваних і непередбачуваних ситуацій.

Крім того, слід розглянути зі студентами чотири можливі результати педагогічного проєктування: тренувальний процес як педагогічна система; система управління тренувальним процесом; система методичного забезпечення тренування; проєкт процесу підготовки спортсменів або команд.

На першому етапі проєктування особливо важливою є експертиза за такими напрямами: задум проєкту; процес його реалізації; очікувані результати; перспективи розвитку та поширення проєкту. Педагогічне проєктування, яке опановують студенти, – це механізм розробки технології у спортивно-педагогічній теорії та практиці. Завдяки проєктуванню навчально-виховний процес стає технологічним. Для майбутнього педагога (тренера) – це мистецтво, що потребує великого напруження сил, почуттів, складної роботи душі. Воно завжди індивідуальне, спирається на винахідливість, натхнення, оригінальність ідей.

Опанування технології проєктування передбачає сувору логічну послідовність ознайомлення з нею. Аналіз об'єкта проєктування дозволяє чітко з'ясувати, що саме проєктується – макроцикл спортивної підготовки як педагогічна система, компоненти тренувального процесу як педагогічний процес або педагогічна ситуація. Кожен із цих об'єктів складний, багатоплановий, має свою структуру та внутрішні зв'язки. Чим складніший об'єкт, тим ширший його аналіз.

Теоретичне забезпечення проєктування – це вивчення наукових досліджень; пошук теорій, на які можна спиратися у проєктуванні нових педагогічних систем, процесів чи ситуацій; пошук інформації про досвід діяльності досліджуваних об'єктів в інших місцях; про досвід проєктування подібних об'єктів іншими фахівцями.

Методичне забезпечення проєктування полягає у створенні інструментарію проєктування: підготовці схем, зразків документів тощо. Сюди входить і змістове забезпечення проєктування окремих педагогічних процесів або ситуацій (різноманітний матеріал з окремої теми, фрагмента). До поурочної папки входять: документальні матеріали, доповіді, розробки та презентації студентів, наочні посібники та їх картотека, картки-завдання для самостійної роботи студентів тощо.

Просторово-часове забезпечення проєктування. Будь-який педагогічний проєкт набуває реальної цінності й може бути реалізованим, якщо при його розробці враховуються конкретний необхідний час і визначений простір. Тобто потрібно проєктувати лише ті дії й компоненти, які дають ефект саме в даній точці простору й у даний час.

Просторове забезпечення проєктування – це визначення (підготовка) оптимального місця для реалізації даної моделі, проєкту чи конструкта, врахування впливу місця на здійснення систем, процесів або ситуацій. Будь-яка модель, проєкт чи конструкт прив'язуються до конкретного простору (спортсмени – стадіон, манеж, ігровий або тренажерний зал, відновлювальний центр; школярі – спортзал).

Часове забезпечення проєктування – співвіднесення проєкту з часом за обсягом, тобто діяльність, що вміщується у визначений термін; за темпом реалізації; за ритмом, послідовністю, швидкістю тощо. Час наповнюється діяльністю, яка в ньому відбувається. Час дії педагогічних систем, процесів або ситуацій – це соціальна цінність, засіб управління освітнім процесом, критерій оптимальності. Завдяки часовому виміру педагогічні системи, процеси й ситуації стають динамічними, такими, що розвиваються. Час діяльності педагога – власне педагогічний; час студента – творчо перетворюваний та індивідуально-психологічний; час наслідків педагогічних явищ – у формуванні особистості.

На практичних заняттях студенти у мікрогрупах готували проєкти, спрямовані на розв'язання конкретних педагогічних проблем з урахуванням вікових та особистісних характеристик суб'єктів взаємодії. Розробляючи проєкти, студенти не лише занурювалися у проблеми взаємодії, а й самі навчалися працювати в команді, спільно шукати рішення поставленої проблеми, узгоджувати свої позиції.

Під час створення проєктів студенти були зорієнтовані не лише на використання вже існуючих форм взаємодії, але й на адаптацію цих форм до актуальних педагогічних завдань. Студентам пропонувалося не обмежуватися однією формою, а розробляти систему форм взаємодії, визначати умови реалізації проєктів і прогнозувати очікувані результати, що дозволяють судити про особистісні перетворення суб'єктів взаємодії. Організація занять передбачала захист і обговорення проєктів. У ході занять студенти займали різні рольові позиції, які чергувалися між членами мікрогруп: «доповідач», «аналітик», «критик», «новатор». Ці ролі полягали у наступному: «Доповідач» – формулює проблему та представляє на обговорення проєкт своєї групи, спрямований на її розв'язання. «Аналітик» – «той, хто розуміє»: осягає, осмислює зміст, сенс, значення повідомлення доповідача. Він шукає глибину, яку, можливо, не помітив сам доповідач. Насамперед прагне побачити позитивний зміст. «Критик» – центральна фігура продуктивної взаємодії. Він – початок «робочого конфлікту», що несе в собі потужний позитивний заряд. Критик виробляє нову, альтернативну точку зору, розуміє, що будь-яка проблема має кілька

рішень, яскраво проявляє ініціативу. «Новатор» – «творчо перетворюючий». Для нього характерний нетрадиційний погляд на проблему. Він готовий до аналізу набутого досвіду, його перебудови та збагачення.

Така організація занять дозволила створити атмосферу ділового співробітництва студентів із викладачем, організувати активне обговорення проєктів, допомогла студентам проявити себе у різноманітних варіантах взаємодії, збагатити власний досвід у різних видах діяльності. Особливо враховувалася здатність студентів зацікавити присутніх проблемою, уміння аргументувати свою точку зору, точно й зрозуміло відповідати на запитання.

На кожному занятті в процесі опанування курсу студентам пропонувалося самостійно проаналізувати свою діяльність у робочій групі за такими критеріями: узгодженість у діяльності учасників робочої групи; активність учасників у висловлюванні та обговоренні ідей; конструктивність у пошуку оптимального варіанта розв'язання проблеми; аргументованість висловлюваних ідей; уміння вести діалог всередині групи.

Підсумком вивчення курсу стала розробка та публічний захист індивідуальних і групових педагогічних проєктів – макроциклів спортивної підготовки за власною спеціалізацією. Педагогічні проєкти студентів оцінювалися за двома групами критеріїв [2]. Перша група критеріїв стосувалася змісту проєктів. Критеріями були: Актуальність проєкту (уміння обґрунтувати значущість проєкту з погляду розв'язання актуальних проблем спортивної підготовки у вибраному виді спорту); Цілісність проєкту (наявність у проєкті чітко визначених цілей, завдань, їх відповідність змісту, формам реалізації, очікуваним результатам); Новизна проєкту (оригінальність форм реалізації, їх адаптованість до потреб сучасної практики спортивної підготовки); Реалістичність (можливість використання даного проєкту для розв'язання конкретних проблем спортивної підготовки). Оформлення проєктів оцінювалося за другою групою критеріїв [2]: представленість усіх етапів педагогічного проєктування; естетичне оформлення проєкту; наявність графічних матеріалів (схем, таблиць, графіків, діаграм).

У своїх педагогічних проєктах студенти показали, що здатні розв'язувати проблеми з різних розділів спортивної підготовки – виховання фізичних якостей і навчання техніці виду спорту, а також управління тренувально-змагальним процесом на основі даних контролю.

Висновки. Після завершення курсу студенти відзначили, що в процесі його опанування вони значно розширили свої уявлення про інноваційні технології у професійній діяльності спортивного педагога, усвідомили необхідність творчості у педагогічній діяльності та потребу прийняття відповідальності за її результати, навчилися працювати в команді. Таким чином, зміст технології реалізації даного курсу сприяв

набуттю особистісно-значущого досвіду індивідуальної та спільної проєктної діяльності при розв'язанні конкретних педагогічних проблем. Відбувалося становлення й розвиток проєктної культури майбутнього педагога, яка полягає в умінні будувати особистісно-орієнтований освітній процес, у здатності передбачати, прогнозувати, моделювати й реалізовувати різні варіанти розв'язання педагогічних проблем. Велике значення мало формування здатності прораховувати наслідки реалізації тих чи інших задумів проєктів і нести відповідальність за результат. Відбувався процес вироблення здатності відчути й передбачити у теперішньому фрагмент майбутнього. Усі ці складові дозволили студентам набути необхідні в майбутньому основи професійно-педагогічних компетентностей – компетентність у педагогічній діяльності, компетентність у педагогічному спілкуванні, особистісно-індивідуальну компетентність.

Список використаних джерел

1. Дудко М. В., Мартинюк О. А., Повєткіна А. А., Хрипко І. В. Сучасні технології профілактики та корекції порушень просторової організації тіла людини в процесі фізичного виховання : монографія / за наук. ред. М. В. Дудко. Київ : КНЕУ, 2018. 194 с. ISBN 978-966-926-230-1.

2. Василюк В. М., Ярмощук О. О. Основи теорії та методики спортивного тренування : навчально-методичний посібник. Рівне : РДГУ, 2025. 77 с.

3. Язловецька О., Бабенко А. Сучасні виклики модернізації фізичного виховання в закладах вищої освіти України // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2025. № 219. С. 288–292. DOI: 10.36550/2415-7988-2025-1-219-288-292.

4. Корекція тілобудови людини в процесі занять фізичними вправами: теоретичні та практичні аспекти : колективна монографія / за наук. ред. А. І. Альошиної, І. П. Випасняка, В. О. Кашуби. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 536 с.

ВПЛИВ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ, ДІЄТ І ГОЛОДУВАННЯ НА КОРЕКЦІЮ ФОРМ ТІЛА СТУДЕНТОК

Томіч Л.М. кандидат медичних наук
завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Гаєвой Б.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Аналіз результатів досліджень, проведених з метою встановлення мотиваційних спонукань студенток до занять фізичними вправами, дає підстави стверджувати, що у студентські роки більшість дівчат прагнуть

покращити форми свого тіла. Причому для досягнення поставлених цілей вони використовують не лише фізичні вправи, а й значно обмежують себе у споживанні калорій аж до голодування. При цьому студентки коригують форми тіла або лише за допомогою рухової активності, виконуючи великі фізичні навантаження різної спрямованості, або «сідають» на жорсткі дієти, іноді вдаються до голодування, або комплексно застосовують названі фактори корекції форм тіла. Досить часто використовувані методи та форми не дають належних результатів: зміни відбуваються не там, де хотілося б, а в тих місцях, які бажано було б зберегти у вихідному стані (наприклад, зменшуються розміри грудей). У результаті настає розчарування, а разом із ним значно знижується бажання займатися фізичними вправами та правильно харчуватися. Наслідком є погіршення стану здоров'я.

Аналіз програмних документів, що регламентують діяльність у процесі фізичного виховання студентів, показує, що в них не повною мірою враховані мотиваційні спонукання дівчат до занять фізичними вправами. У спеціальній літературі, присвяченій питанням корекції форм тіла [1, 2, 3], міститься багато суперечливих рекомендацій, які часто не враховують особливості організму тієї чи іншої студентки. У зв'язку з цим дослідження питання корекції форм тіла студенток є актуальним.

Мета дослідження – розробити методичні положення, що регламентують діяльність студенток у процесі корекції форм тіла. Завдання дослідження: встановити фактори, які використовують студентки у процесі корекції форм тіла; виявити взаємозв'язок між факторами та результатами корекції; розробити методичні положення, що регламентують діяльність студенток у процесі корекції форм тіла.

На основі результатів анкетного опитування (n=45) встановлено, що більшість опитаних (21 особа, або 47%) коригували форми свого тіла (переважно зменшували жирову складову) за допомогою дієти; 13 осіб (29% від числа опитаних) коригували форми тіла (здебільшого худнули) за допомогою фізичних навантажень; 11 осіб (24% від числа опитаних) прагнули досягти поставленої мети шляхом поєднання фізичних навантажень і дієти.

Дієтичне харчування дозволило «скинути» за місяць вагу: 1-3 кг – 5 осіб (24% від числа опитаних); 3-5 кг – 16 осіб (76% від числа опитаних); 5 кг і більше – 0%. Цим способом планували схуднути у таких зонах, як живіт, ноги та сідниці – 21 особа (100% від числа опитаних). За результатами опитування вдалося схуднути у запланованих місцях: у ділянці живота – 21 особа (100% опитаних); у ділянці ніг – 13 осіб (62% опитаних); у ділянці сідниць – 9 осіб (43% опитаних). Водночас за допомогою дієтичного харчування схудли у ділянці обличчя 3 особи (14% опитаних), хоча респондентки не планували зменшення саме в цій частині тіла.

Підвищена рухова активність дозволила «скинути» за місяць вагу: 1-3 кг – 4 особи (31% від числа опитаних); 3-5 кг – 6 осіб (46% від числа опитаних); 5 кг і більше – 3 особи (23% від числа опитаних). Цим способом планували схуднути у таких місцях, як живіт, ноги, груди та сідниці – 13 осіб (100% від числа опитаних). За результатами опитування вдалося схуднути у запланованих місцях: у ділянці живота – 9 осіб (69% опитаних); у ділянці ніг – 5 осіб (38% опитаних); у ділянці грудей – 3 особи (25% опитаних); у ділянці сідниць – 2 особи (15% опитаних).

Для з'ясування причин, дія яких не дозволила повною мірою досягти бажаних показників, було проведено аналіз літературних джерел. Встановлено, що жирова складова тіла людини локалізується у різних місцях, причому існують відмінності в обміні речовин жиру.

Поверхневий шар жиру – це підшкірна жирова клітковина, яка розташована між шкірою та оболонкою м'яза. Жирова клітковина знаходиться на всіх ділянках тіла, варіюючи за щільністю та товщиною, і саме в цьому шарі можливе виникнення целюліту. Товщина жирової складки, величину якої можна виміряти каліпером або штангенциркулем, захопивши шар жиру двома пальцями, дозволяє судити про кількість поверхневого шару жиру. Вважається, що саме від цього жиру найпростіше позбутися, використовуючи дієти та фізичні вправи. Глибокий шар жиру розташований під м'язовою фасцією (між м'язами). Цей шар мало піддається зменшенню при загальному зниженні ваги. Вважається, що надлишок калорій та нерегулярні фізичні навантаження сприяють відкладенню жиру саме між м'язами. Внутрішній шар жиру (вісцеральний жир) розташований усередині черевної порожнини. Значні його обсяги більш характерні для чоловіків, що проявляється у вигляді великих, випуклих, пружних животів. Якщо людина має таку форму живота, а величина поверхневого шару невелика (наприклад, 2 см), то основну масу жирових відкладень становить саме вісцеральний жир.

Встановлено, що зменшення поверхневого шару при порушеннях жирового обміну провокує відкладення жиру між м'язами та в черевній порожнині, що значно ускладнює роботу з корекції фігури та породжує помітні диспропорції.

Таким чином, під час схуднення дівчата стикаються з проблемою, що вони худнуть не в тих частинах тіла, у яких хотіли б. Встановлено, що жир у першу чергу відкладається у певних місцях (на животі, стегнах, сідницях). Дівчата, які прагнуть схуднути, хочуть «зганяти» жир насамперед із цих зон, але саме з них він зникає найповільніше. Для досягнення поставленої мети необхідно: поступово почати створювати дефіцит калорій (тобто дієта при схудненні є дуже важливою), при цьому насамперед будуть худнути ті зони, які легко віддають жир (у багатьох це обличчя, груди), але зрештою загальне схуднення призведе до зменшення об'ємів і в проблемних місцях; поступово необхідно підключати фізичні вправи (спочатку вправи загального впливу, а потім у міру зміцнення

м’язів слід опрацьовувати окремі їх групи, тобто поряд із дієтою потрібні й фізичні навантаження).

Висновки. Більшість студенток коригують форми свого тіла шляхом зменшення жирової складової, практично не приділяючи уваги зростанню м’язової маси. Майже половина дівчат (47% від числа опитаних) регулює свою вагу лише за допомогою харчування; 29% від числа опитаних коригують форми тіла шляхом збільшення рухової активності; 24% від числа опитаних прагнуть досягти поставленої мети за допомогою фізичних навантажень і регульованого харчування одночасно. Використання методик корекції форм тіла, запропонованих в інтернет-джерелах, не дозволило дівчатам цілеспрямовано коригувати форми свого тіла: при зниженні ваги у всіх опитаних змінювалися не лише ті форми тіла, які вони хотіли змінити, а й форми тих частин тіла, які вони змінювати не планували. При розробці програм корекції форм тіла за участю фахівців необхідно комплексно використовувати рухову активність і режим харчування, враховувати індивідуальні особливості обміну речовин в організмі, здійснювати медичний і педагогічний контроль, своєчасно вносити корективи у розроблені програми з урахуванням функціонування організму.

Список використаних джерел

1. Корекція тілобудови людини в процесі занять фізичними вправами: теоретичні та практичні аспекти : колективна монографія / за наук. ред. А. І. Альошиної, І. П. Випасняка, В. О. Кашуби. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 536 с.

2. Зеніна І. В., Гаврилова Н. М., Кузьменко Н. В. Вплив фізичних вправ на організм студентів // Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт). 2022. Вип. 1 (145). С. 45-52.

3. Гулько Т. Ю. Підвищення рухової активності студентів засобами тренувальної й оздоровчо-рекреаційної діяльності // Актуальні проблеми фізичного виховання різних верств населення. 2025. № 2. С. 96-101.

ПОРУШЕННЯ ПОСТАВИ ТА ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСОБИ ЇХ КОРЕКЦІЇ Й ПРОФІЛАКТИКИ У СТУДЕНТІВ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Томіч Л.М., кандидат медичних наук,
завідувач кафедри фізичного виховання та здоров’я,
Кебкал В. Л., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Освітній процес у закладах вищої освіти в сучасних умовах пов’язаний із безперервно зростаючим інформаційним потоком та

значними психофізичними навантаженнями. Це висуває високі вимоги до стану здоров'я студентів, яке є найважливішою умовою забезпечення всебічного та гармонійного розвитку студентської молоді. Численні дослідження, проведені останніми роками, свідчать про те, що суспільний характер порушень постави — одна з найактуальніших проблем сучасного суспільства.

Поставою називають звичну позу вільно стоячої людини, яку вона приймає без надмірного м'язового напруження [2]. Поставу необхідно аналізувати як руховий навик, тобто певний комплекс умовних рефлексів, що забезпечує збереження звичного положення тіла. Поза належить до групи навичок, які важко формуються та швидко руйнуються за відсутності самоконтролю. За правильної постави лопатки розташовані симетрично, плечі рівномірно опущені, злегка розгорнуті й знаходяться на одному рівні, грудна клітка симетрична відносно середньої лінії, живіт підтягнутий, ноги прямі.

Відхилення від нормальної постави прийнято називати порушеннями постави, які самі по собі не є захворюванням [1]. Однак вони негативно позначаються на роботі багатьох органів і систем усього організму: погіршується діяльність органів дихання, серця та всієї системи кровообігу, органів травлення тощо. Це, у свою чергу, призводить до швидкої втомлюваності, зниження працездатності, частих головних болів. Основними факторами, що впливають на розвиток патологій постави, є малорухливий спосіб життя, відсутність фізичних навантажень, тривале перебування в незручних позах.

З метою визначення рівня фізичної активності студентів КНУТД було проведено анкетування серед здобувачів першого курсу. Анкетування було анонімним. У ньому взяли участь 40 осіб.

Перше запитання анкети звучало так: «Скільки годин на добу ви проводите у сидячому положенні?» Понад 12 годин відповіли 20% опитаних, 10-12 годин – 57,5%, менше 10 годин – 22,5%. На друге запитання: «Яка тривалість ваших піших прогулянок протягом дня?» 52,5% із числа опитаних відповіли – менше 1 години, 32,5% – від 1 до 2 годин, 15% – понад 2 години. На запитання: «Чи відвідуєте ви які-небудь спортивні секції?» 10% із числа опитаних відповіли «так», 90% – «ні».

За результатами анкетування можна зробити висновок, що деякі студенти мають недостатню рухову активність і не всі прагнуть до активного способу життя. Такий спосіб життя неминуче призведе до деформації скелета, адже лише інтенсивна та різноманітна фізична активність, організований руховий режим є основою профілактики порушень постави та інших дефектів опорно-рухового апарату.

Для збереження правильної постави важлива не лише сила м'язів, а й узгодженість роботи різних груп м'язів, гармонійний розвиток м'язово-зв'язкового апарату тіла загалом. Саме тому особливу увагу необхідно приділяти загальному фізичному розвитку. Формування правильної

постави відбувається шляхом формування динамічного стереотипу, тобто доведення до автоматизму звички стояти, сидіти й ходити з правильним положенням голови, тулуба та кінцівок. З метою корекції вад постави необхідне функціональне перевиховання м'язів – тривале й регулярне. Послідовна робота над формуванням правильної постави є не лише лікувальним, а й педагогічним процесом.

Передумови, що можуть стати причиною порушення постави, численні. Розглянемо найважливіші: недостатня рухова активність; нераціональний одяг і меблі; захоплення одноманітними фізичними вправами.

У 90% випадків порушення постави є набутими. Для формування правильної постави та профілактики її порушень необхідно регулярно, не менше трьох разів на тиждень, тренувати м'язи спини й живота.

Одним із головних завдань є мотивувати студентів до занять фізичними вправами, створювати сприятливі умови для їх проведення, що дозволить суттєво знизити захворюваність. Для підвищення рухової активності студента, його свідомості, активності та самостійності необхідно чітко окреслити цінність фізичної культури й спорту, місце та роль фізичних вправ у житті студента; розробити методи підвищення інтересу, мотивації та свідомого ставлення до занять фізичними вправами. Наприклад: створення та поширення мотиваційних плакатів, що спонукають до здорового способу життя й спорту; показові виступи збірних команд університету; проведення спортивних свят. Важливо розвивати й робити більш доступними для кожного студента (незалежно від рівня фізичної підготовки) такі форми занять фізичною культурою, за яких студент міг би опановувати обраний ним вид спорту та брати участь у змаганнях новачків.

Здоров'язбережувальне освітнє середовище ЗВО поряд із плануванням та організацією занять із фізичного виховання відіграє ключову роль у формуванні правильної постави.

Список використаних джерел

4. Вихляєв Ю. М., Лупійко А., Курдес В. А. Профілактика та корекція порушень сколіотичної постави // Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : збірник наукових праць за результатами Всеукраїнської конференції (м. Київ, 10 травня 2022 р.) / за ред. А. М. Вергун та ін. Київ : КНУТД, 2022. С. 90-93.

5. Кулик Т. Я. Профілактика та корекція порушень постави методами фізичної реабілітації : магістерська робота. Тернопіль : ТДМУ, 2020. 72 с.

6. Дудко М. В., Мартинюк О. А., Повєткіна А. А., Хрипко І. В. Сучасні технології профілактики та корекції порушень просторової організації тіла людини в процесі фізичного виховання : монографія / за наук. ред. М. В. Дудко. Київ : КНЕУ, 2018. 194 с. ISBN 978-966-926-230-1.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИКИ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Борознюк Н.В., здобувач вищої освіти
Черновський С.М., доктор філософії, доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Київський національний університет технологій та дизайну

Якщо підійти запитати будь–якого студента як він відноситься до фізичного виховання у нашому університеті, всі скажуть, що відвідують пари (у кращому випадку), чисто за заліком або цього вимагає керівництво. Таке ставлення до цього предмету зароджується ще зі школи, коли вашому фізруку було байдуже хто чим займається, і такий шаблон перейшов на заклади вищої освіти. Здоров'я дітей, студентів не покращується, інтересу до спорту теж більше не стає. Ми бачимо, як фізична форма молоді стрімко котиться вниз, дослідження взагалі дають депресивні цифри – понад 60% студентів мають ті чи інші проблеми зі здоров'ям. Очевидно, що старі методи "для галочки" вже не працюють, і підхід до занять в університетах треба кардинально переглядати, поки ми остаточно не перетворилися на покоління з хронічними захворюваннями.

Однією з головних проблем є сприйняття цього предмету, як щось другорядне, вимушене, обов'язкове, як зі сторони студентів так і самої адміністрації закладів вищої освіти. Це проявляється у скороченні годин на фізичну підготовку, застаріла технічна база та низька мотивація. Традиційна система розрахована вже на підготовлену людину до здачі нормативів. Візьмемо для прикладу типового студента-дизайнера, який більшу частину доби проводить за монітором. Після безсонної ночі над черговим проєктом поїздка на першу пару фізкультури - це буквально останнє, що його буде цікавити.

Найбільш дратуюче – вимоги та один норматив для того, хто займався спортом з дитинства, і для того, хто вперше тримає той футбольний м'яч. Зрозуміло, що другий просто відбуде своє і забуде. Потрібно зазначити, що це на фоні того, що студентське життя взагалі не дуже здорове: сесії, дедлайни, підробітки після пар, шкідлива їжа, неповноцінний сон. Сьогоднішнє покоління ризикує отримати букет хронічних хвороб набагато раніше за своїх батьків, і 10 годин у кріслі без жодної розминки – це реальність, яку не виправдає жоден навчальний план.

Війна та наслідки пандемії взагалі поставили спорт у ЗВО у критичне становище. Дистанційне навчання, постійний стрес та зруйновані стадіони у багатьох регіонах фактично вибили ґрунт з-під ніг. Ми опинилися в ситуації, коли фізична активність з повноцінних занять часто

перетворюється на рідкісні розминки, якщо на них взагалі вистачає сил. Все це вимагає нових підходів до організації спортивних занять.

На мою думку, вихід тут один – перестати змушувати та почати зацікавлювати. У системі має бути присутній вибір активностей, де замість примусових забігів "на час" можна обрати йогу, кросфіт або командні ігри, що буде працювати значно краще. Фізкультура має нарешті перестати бути каторгою заради "галочки" й стати свідомим кроком до того, щоб просто витримувати щоденні навантаження. Досвід європейських університетів чітко показує: коли у студента є право вибору, спорт стає частиною стилю життя, а не черговим стресом.

Отже, фізичне виховання студентської молоді є важливим пунктом, що потребує системних змін. Університет має бути місцем, де формується не лише розумова сила, а й фізична з підтриманням здоров’я, тіла й гармонії з собою. Зрештою, саме від того, як ми налаштуємо цей процес сьогодні, залежить, яким буде покоління українців, котрим доведеться відбудовувати країну в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Нестеров О.С. Використання заходів фізичного виховання під час праці та відпочинку студентів у закладах вищої освіти. Навчально-методичний посібник. / О.С. Нестеров, М.В. Верховська, В.Н. Газаєв, О.С. [та ін.], ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021. 180 с.
2. Газаєв В.Н. Ігрові форми як засіб фізичного виховання в освітньому процесі студентів у закладах вищої освіти. Навчально-методичний посібник / В.Н. Газаєв, О.С. Нестеров, М.В. Верховська [та ін.], ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021. 88 с.
3. Верховська М.В. Засоби оздоровчої та спортивної аеробіки в освітньо-тренувальному процесі студентів у закладах вищої освіти. Навчально-методичний посібник /М.В. Верховська, О.С. Нестеров, В.Н. Газаєв, ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021.128 с.
4. Олексієнко Я.І., Хоменко І.М., Субота В.В. Фізичне виховання та спорт у закладах вищої освіти (теоретико-методичний курс для студентів ЗВО непрофільних спеціальностей): навч. посіб.: Черкаси: Вид. відділ ЧНУ імені Б. Хмельницького. 2022.372 с
5. https://stud.com.ua/4068/meditsina/fizichna_kultura
6. https://nmcbook.com.ua

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ФУТБОЛУ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ СТУДЕНСЬКОЇ МОЛОДІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Кунгурцев Р. В., здобувач вищої освіти
Черновський С.М., доктор філософії, доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я,
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: футбол, фізичне виховання, фізична підготовка, фізичний розвиток, студенти, ігрові види спорту, інвентар.

Сучасне суспільство всіляко зацікавлене в якісній підготовці підростаючого покоління до продуктивної праці. Саме тому в період реформування системи освіти України фізична підготовка є однією із важливих складових навчально-виховного процесу вищих навчальних закладів. Сучасний стан фізичного виховання в Україні характеризується постійним оновленням його змісту, форм та засобів, про що свідчить постійне вдосконалення навчальних програм та нормативних актів. Центральне місце в існуючій системі наукових та педагогічних знань про фізичне виховання та спорт відведено фізичній підготовці. Вона виховує у студентської молоді основи здорового способу життя та сприяє успішній професійній акліматизації.

На сьогодні у ЗВО розробляються і впроваджуються системи професійно-прикладної фізичної підготовки з елементами ігрових видів спорту. Серед багаточисленних видів спорту, які культивуються у системі фізичного виховання, найбільш поширеними є: футбол, волейбол, баскетбол, гандбол та багато інших.

Футбол – це значна область соціально необхідної діяльності, що має серйозний вплив на формування культури особи, її інтересів, смаків, на настрій мільйонів людей на Землі. Наші дослідження мають на меті вирішення актуальної проблеми, висвітлення ролі футболу у формуванні загально розвиненої особистості в процесі здобуття нею вищої освіти. А оскільки саме футбол являє собою такий вид спорту, який найбільшим чином сприяє різнобічному фізичному розвитку людини і разом з тим ставить організму виключно високі вимоги, а тому і слугує вагомим чинником на процес формування особистості студентів у вищих навчальних закладах. Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасний футбол продовжує завойовувати все більшу популярність в світі. Велика кількість наукових праць та досліджень присвячено конкретно темі використання та впровадження засобів футболу на заняттях фізичної підготовки у вищих навчальних закладах.

Засоби футболу широко застосовуються для розвитку різних фізичних якостей (А. Дулібський, 2001; В. Шамардін, 2002; В. Костюкевич, 2006). Він є важливим елементом навчальних програм з

фізичного виховання в освітніх закладах (К. Віхров, 2002; Й. Фалес, 2003; В. Соломонко, 2005). Проблемі застосування засобів футболу на заняттях фізичним вихованням присвячено багато досліджень. Зокрема, досліджували питання, пов'язані з використанням футболу у фізичному вихованні школярів і студентів (К. Віхров, 2002; А. Васильчук, 2006; Є Маляр, 2007; Р. Сіренко, 2008), вивчали формування психофізіологічних можливостей на заняттях футболом (Р. Сіренко, 2006), розглядали питання підготовки збірних команд ЗВО з футболу (І. Максименко, 2002;.П. Перепелиця, 2006.)

На першому місці серед популярних видів спорту посідає футбол. Важко назвати іншу гру, яка могла б створила конкуренцію йому у популярності. Футбол (англ. football, "ножний м’яч") – командний вид спорту, в якому метою є забити м’яч у ворота суперника ногами або іншими частинами тіла (крім рук) більшу кількість разів, ніж команда суперника. В даний час найпопулярніший і наймасовіший вид спорту в світі. Доступність цієї гри, простота інвентарю й обладнання, величезна емоційність ігрових ситуацій, необхідність проявлення волі і мужності при подоланні дій суперників роблять футбол як вид спорту цінним засобом фізичного виховання. Футбол дозволяє без великих матеріальних затрат досягти високого ступеня фізичної підготовленості та розвивати швидкість, силу, витривалість, спритність і багато інших рухових якостей, виховувати сміливість, дисциплінованість.

У вищих навчальних закладах систематичність рухової активності студентів забезпечується обов’язковими заняттями з фізичного виховання, що згідно з відповідними нормативними актами відбуваються двічі на тиждень (хоча в реаліях один раз, і то за вибором студента). Проте така кількість занять навіть при оптимальних параметрах не дозволяє досягати необхідного оздоровчого ефекту, що зумовлює потребу в додатковій руховій активності у поза навчальний час (М. Булатова, 2007; В. Кашуба, 2010).

На думку Петренко І.Г. та Петровського В.Р привабливість цього виду спорту характеризується багатьма обставинами, серед яких фахівці виділяють різноманітність прикладів гри з виникненням незліченних комбінацій, широкі можливості для єдиноборств з проявом сили, спритності, витривалості. Як серйозний позитивний фактор відзначається інтенсивне виховання спортсменів, спрямоване на розвиток їх винахідливості, самостійної творчості, на реалізацію власних ідей в інтересах всієї команди.

Футбол несе в собі багато істотних ознак культури взагалі і фізичної культури зокрема. Перш за все тому, що в його сфері здійснюється діяльність, яка спрямована на вдосконалення, перетворення природних даних людини як відносно фізичних якостей, так і рухових навиків, формується культура тіла і руху, а також культура поведінки, спілкування, пізнання. Найактивнішим фактором формування особистості тут виступає

колектив. А команда існує в тому випадку, якщо в усіх є спільна мета; якщо всі працюють разом; якщо досягнута психологічна сумісність; якщо педагогічна майстерність наставника має досить високий рівень; якщо члени команди вчяться один в одного тощо (Б.Ф. Мєдведенко, 1993).

У футболі головну роль відіграють не лише гравці, а й тренер. Творчість тренера, його культура (тобто якість діяльності) ґрунтується на знанні теорії гри взагалі і футболу зокрема, умінні аналізувати великі об'єми інформації, пов'язаної з практичним досвідом проведення футбольних матчів, знанні психології гравців і команд (як своїх, так і суперників). Необхідність гнучкості мислення визначається динамізмом гри, її варіативністю, деколи непередбачуваністю поведінки окремих футболістів і команди в цілому, несподіваною зміною малюнка гри.

Завдяки різноманітній рухової діяльності, широким координаційним і атлетичним можливостям займаються футболом швидше і успішніше освоюють життєво важливі рухові вміння та навички, в тому числі і трудові. Гра в футбол (або його елементи) служить хорошим засобом не тільки загальної фізичної підготовки. Прояв максимальних швидкісно-силових можливостей і вольових зусиль, широкого тактичного мислення дозволяє удосконалювати багато спеціальні якості, необхідні в різних видах спорту. Як зазначає М. Тимчик, проводити змагання з футболу потрібно там, де є можливість використовувати природні й штучні перешкоди, створювати ситуації, що дозволяють проявляти відповідальність, дисциплінованість, мужність, упевненість, рішучість, сміливість, організованість та інші особистісні якості. Важливо також обмежувати часом виконання певного завдання у процесі виконання футбольних елементів. Це сприяє отриманню нових знань, умінь і навичок виконувати поставлені завдання, формує бажання у студентів займатися здоровим способом життя, бути прикладом для молодого покоління.

За результатами аналізу наукових робіт багатьох учених у галузі фізичного виховання футбол позитивно впливає на стан здоров'я студентів, на формування фізичних та моральних якостей тощо. Але, варто наголосити, що за даними наукових досліджень й за власними спостереженнями з'ясовано, що сучасна студентська молодь намагається уникати заняття з фізичного виховання, надаючи перевагу пасивному способу життя (комп'ютерні ігри, зустрічі з однолітками та ін.).

Досвідчені фахівці, зокрема Остапенко Ю.О., та Абрамцов В. вважають, що необхідною умовою для формування стійкого інтересу до практичних занять із футболу необхідно дотримуватися виконання наступних завдань: формуванням позитивних емоцій при проведенні практичних занять; свідоме осмислення значення впливу практичних занять на організм спортсмена; постановка реальних цілей; створення атмосфери колективізму; запобігання у спортсменів незадовільного психічного стану; спортсмен повинен прагнути до покращення особистих результатів.

Тому дана проблема засвідчує потребу розробки нових науково обґрунтованих шляхів удосконалення організації фізичного виховання у вищих навчальних закладах. Актуальність та доцільність цих даних підтверджується на думку Головач А.А. наступним: футбол розвиває інтелектуальні, психологічні, психофізичні та рухові якості людини; систематичні заняття футболом розширюють функціональні можливості рухового апарату, нервової системи, вегетативних органів, вдосконалюються координаційні та адаптаційні здібності; футбол виховує у гравців такі важливі якості характеру як воля, сміливість, ініціативність, рішучість, почуття колективізму; футбол сприяє фізичному загартуванню, підвищенню опірності організму і розширенню адаптаційних можливостей, що також є вагомим фактором для розвитку стійкості до профшкідливостей у професійній діяльності; футбол вимагає, щоб у кожного гравця були добре розвинуті почуття відповідальності, взаєморозуміння, готовності до взаємодопомоги; футбол сприяє розвитку певних особливостей зорових сприймань, спостережливості, уваги, уяви, мислення, емоційної стійкості та вольових якостей.

Студентська молодь байдуже та без ентузіазму ставиться до занять фізичної підготовки у ЗВО. Футбол є потужним засобом агітації і пропаганди фізичної культури і спорту. Тому розробляються нові підходи до організації проведення занять з фізичного виховання із використанням засобів і методів для підвищення фізичного стану студентів. На підґрунті розроблених модельних характеристик різних рівнів фізичного здоров’я студентів пропонуються диференційовані підходи до розподілу їх на групи для занять фізичним вихованням; обґрунтовано концепцію клубної форми організації у вищому навчальному закладі, що враховуватиме фізкультурно-оздоровчі та спортивні інтереси студентів, а також наявну матеріально-технічну базу.

Висновки і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Таким чином, можна зробити висновки, що ігрові види спорту мають велике виховне значення, всебічно розвивають людину. По-перше, сучасний стан теорії та методики фізичного виховання надає можливість розглянути футбол як вид (компонент) фізичної підготовки студентів у ВНЗ і як один з видів гри. Він слугує засобом вдосконалення та формування важливих якостей особистості – колективізму, свідомої дисципліни, здатності підпорядкувати власні інтереси інтересам колективу, а також потреби в здоровому способі життя. Дані результати використання засобів футболу засвідчують позитивний вплив на формування особистості студентів вищих навчальних закладів. Отже, в умовах сьогодення для тренерів та викладачів фізичного виховання ЗВО питання впровадження та розвиток футболу як засобу фізичного вдосконалення студентів залишається актуальним та потребує широкого наукового аналізу й систематичного вивчення та подальших розвідок у цьому напрямку.

Список використаних джерел

1. Газаєв В.Н. Ігрові форми як засіб фізичного виховання в освітньому процесі студентів у закладах вищої освіти. Навчально-методичний посібник / В.Н. Газаєв, О.С. Нестеров, М.В. Верховська [та ін.], ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021. 88 с.
2. Головач А. А. Вплив занять з футболу на формування особистості студентів вищих навчальних закладів /А.А. Головач // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. Фізичне виховання та спорт. – 2016. – Вип. 139(2). – С. 31-34.
3. Мощіц А. Роль футболу у фізичному вихованні. Режим доступу: https://ffv.udpu.edu.ua/?page_id=4717
4. Остапенко, Ю.О. Формування мотивації до занять у футболістів юнацького віку [Текст] / Ю.О. Остапенко, В. Абрамцов // Інноваційні технології в системі підвищення кваліфікації фахівців фізичного виховання і спорту: тези доповідей VII Міжнародної науково-методичної конференції (м. Суми, 16–17 квітня 2020 р.). – Суми: СумДУ, 2022. – С. 119-122.

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ І СПОРТ ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СТУДЕНТІВ

Сколота Е.В., здобувач вищої освіти
Черновський С.М., доктор філософії,
доцент кафедри фізичного виховання та здоров'я
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: фізичне виховання, інновації, йога, новітні методики, скандинавська ходьба.

На сучасному етапі розвитку фізичної культури одним із головних завдань є організація фізкультурно-оздоровчої роботи. Тому значну увагу у фізичному вихованні науковці звертають на застосування інноваційних технологій, які сприяють не лише удосконаленню рухових якостей та дотриманню здорового способу життя, але й підвищенню мотивації до занять фізичною культурою та спортом.

Науковці зазначають, що вирішити цю проблему можуть інновації, а також позитивні зміни в змісті та організації навчання. Відомо, що під інноваційною діяльністю розуміється діяльність, направлена на реалізацію накопичених досягнень з метою здобуття нових або додаткових навичок з новими якостями. Інновації, в рамках яких розвиваються педагогічні технології, самі по собі не виникають, вони є результатом наукових пошуків, передового педагогічного досвіду.

Впровадження інноваційних підходів в організаційному забезпеченні фізкультурно-оздоровчої роботи в умовах позанавчальних програм здійснюється на підставі застосування нових організаційних форм спортивно-масової роботи, врахування заходів з формування цінностей фізичної культури, забезпечення розвитку індивідуальних особливостей вихованців, співпраці керівників секцій.

Застосування інноваційних технологій впливає на високий розвиток фізичних здібностей студентів і пробудження інтересу до занять фізичною культурою.

Л. Лубишева, досліджуючи особливості впровадження інноваційних технологій у практику позанавчальних програм фізичного виховання, констатує, що безпосередня складність цього процесу виявляється в неготовності сприйняття нового викладачами і студентами. Їм важко сприймати нове з позицій своєї необізнаності й недовіри до різних «екзотичних» видів занять фізичними вправами.

До інноваційних технологій позанавчальних занять фізичного виховання можна віднести йогу, скандинавську ходьбу, аквафітнес. Детально розглянемо кожну з них.

Йога – філософсько-релігійна система, в основі якої лежать уміння й метод управління психікою та фізіологічними проявами організму людини. Заняття йогою поєднують у собі методи досягнення мистецтва напруження й розслаблення м'язів, засновані на формулі: розтягнення, релаксація, глибоке дихання, посилена циркуляція крові й концентрація. Знамениті «асани» йоги – не просто прийняття різних незвичайних поз і розслаблення, а справжня складна техніка контролю за тілом і концентрації уваги на ньому.

Зазначене вище дає змогу аргументовано стверджувати, що застосування йоги в практиці фізичного виховання допомагає: 1) розвивати гнучкість і фізичну силу; 2) легко комбінувати її з іншими вправами; 3) забезпечувати релаксувальний і заспокійливий вплив на організм.

Крім нетрадиційних видів фізичних вправ, у позанавчальному процесі доцільно використовувати види спорту, які відносно нові й користуються в наш час неабиякою популярністю. До таких видів можна, наприклад, зарахувати скандинавську ходьбу, яка є цікавою та корисною, а для фахівців – доказом її ефективності.

Скандинавська ходьба – високоефективний вид фізичної активності, в якому використовуються певна методика заняття й техніка ходьби за допомогою спеціально розроблених палиць. Скандинавська ходьба приваблює шанувальників своєю простотою й доступністю. Цей вид активності не вимагає великих енергетичних витрат, але при цьому дає змогу задіяти більше м'язових груп, ніж класична ходьба. Значна перевага скандинавської ходьби в тому, що займатися нею можна в будь-якому місці і за будь-якої фізичної підготовки.

Також однією з альтернативних форм звичайним заняттям плаванню може бути аквафітнес – найбільш універсальний засіб впливу на організм людини з метою підвищення рівня фізичного стану, нова форма рухової активності в умовах водного середовища. Аквафітнес спрямований на підвищення дієздатності серцево-судинної та дихальної систем, покращення психоемоційного стану.

Науковці розробили інноваційну технологію аквафітнесу ігрового спрямування з елементами баскетболу. Автори дослідження стверджують, що заняття баскетболом на воді проводилися за модифікованими правилами за схемою, аналогічною проведенню баскетболу у спортивному залі. Для гри в баскетбол на воді розроблені спеціальні щити, особливістю яких є їх максимальна наближеність до стандартного баскетбольного щита, однак з меншими розмірами і спеціальною системою кріплення. Дане заняття допомагає підтягнути м'язи грудей та сідниці, зміцнити м'язи живота та спини, рук та плечей, а також є чудовою профілактикою серцево-судинних захворювань.

Ні у кого, напевно, не викликає сумнів той факт, що від стану хребта безпосередньо залежить здоров'я людини. Для хребта дуже корисні вправи, в яких задіяні великі м'язи черевного преса, спини, адже саме за їх рахунок тримається весь м'язовий корсет. Аквааеробіка, користь якої не викликає сумнівів, є добрим помічником в знятті фізичного та психологічного напруження, в підтримці відмінного здоров'я і настрою та прискоренні навчання плаванню.

Аквафітес дає можливість урізноманітнити вправи при навчанні плаванню. Музичний супровід сприяє підняттю настрою у студентів, їх мотивації до занять, і знімає психоемоційне напруження при виконанні незвичних рухів. Вправи аквафітнеса активно використовуються при вирішенні завдань на освоєння з водним середовищем студентів, які не вміють плавати і бояться води. Крім того, за допомогою аквафітнесу можна підвищувати рівень розвитку фізичних якостей у студентів. Це і поліпшення координаційних можливостей, і підвищення сили м'язів преса, спини, ніг, рук; і розвиток витривалості.

Отже, можна зробити висновок, що використання інноваційних технологій в організації фізичного виховання в системі поза навчальних програм та їх елементів допомагає збільшити обсяг рухової активності, більш продуктивно й корисно вирішувати завдання процесу фізичного виховання, зміцнювати здоров’я та забезпечувати розвиток рухових якостей, підвищувати інтерес молоді до занять фізичною культурою.

Список використаних джерел

1. Лясота Т.І., Левицька О.М. Інноваційні технології в системі фізичного виховання студентів. Молодий вчений. 2017. № 3. С. 202–205.

2. Нестеров О.С. Використання заходів фізичного виховання під час праці та відпочинку студентів у закладах вищої освіти. Навчально-

методичний посібник. / О.С. Нестеров, М.В. Верховська, В.Н. Газаєв, О.С. [та ін.], ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021. 180 с.

3. Газаєв В.Н. Ігрові форми як засіб фізичного виховання в освітньому процесі студентів у закладах вищої освіти. Навчально-методичний посібник / В.Н. Газаєв, О.С. Нестеров, М.В. Верховська [та ін.], ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021. 88 с.

4. Верховська М.В. Засоби оздоровчої та спортивної аеробіки в освітньо-тренувальному процесі студентів у закладах вищої освіти. Навчально-методичний посібник / М.В. Верховська, О.С. Нестеров, В.Н. Газаєв [та ін.], ТДАТУ. Мелітополь: ФОП Белень В.В., 2021.128 с.

УДК: 37.091.3:57+613:796-056.26
ORCID: **https://orcid.org/0009-0007-9480-7153**

PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR IMPLEMENTING HEALTH-SAVING TECHNOLOGIES IN GROUP WORK ON BIOLOGY AND HEALTH BASICS IN THE CONTEXT OF BARRIER-FREE EDUCATION

Kinchevska P. R.,
1st year student of the second (master's) level of higher education, specialty A4. Secondary education (Biology and human health),
Scientific advisor: Khatuntseva S. M., Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Biology, Human Health and Physical Rehabilitation,
Berdyansk State Pedagogical University.

Keywords: health-saving technologies, group work, biology, fundamentals of health, pedagogical conditions, barrier-free education

The current stage of education development is characterized by increased attention to the creation of a safe, inclusive and barrier-free educational environment that ensures the harmonious development of the individual and contributes to the formation of a culture of health. The problem of introducing health-saving technologies into extracurricular activities, in particular in group work on biology and the basics of health, which creates favorable conditions for self-realization, the development of individual abilities and the formation of a value-based attitude towards health, is becoming particularly relevant.

The problem of introducing health-saving technologies into the educational process is considered in the works of modern students, who emphasize the need to form health-saving competence of students, create a safe educational environment and ensure psychological comfort. [1]. Researchers emphasize that the integration of health-saving technologies contributes to

increasing the effectiveness of learning, developing critical thinking and forming a responsible attitude towards one's own health.

Scientists note that group work is an effective means of forming research skills, developing creative potential and stimulating the independence of students. The use of interactive teaching methods, project activities and digital technologies contributes to increasing motivation and activating cognitive activity.

The purpose of the article is to substantiate the pedagogical conditions for introducing health-saving technologies into group work on biology and the basics of health in the context of barrier-free education.

Health-saving technologies are considered as a set of pedagogical methods, forms and means of organizing the educational process, aimed at preserving and strengthening the physical, mental and social health of students [2]. Their use in group work contributes to the formation of a responsible attitude to one's own health, the development of self-regulation skills and an increase in the level of educational motivation. In the process of group work on biology and the basics of health, it is advisable to use the following health-saving technologies: technologies for forming a culture of health, interactive teaching methods, project activities, technologies for developing critical thinking, digital educational resources, technologies for psychological support and pedagogical support. The effectiveness of implementing health-saving technologies in the process of group work in biology and the basics of health is largely determined by the creation of a holistic system of pedagogical conditions that ensure a harmonious combination of individualization of the educational process, accessibility of educational content and development of the personal potential of students in a barrier-free educational environment. Creating a barrier-free educational environment in group work in biology and the basics of health involves the use of a complex of pedagogical tools aimed at ensuring the accessibility of educational information through the use of adapted didactic materials, interactive models, digital simulations of biological processes, infographics that reflect the patterns of functioning of the human body, as well as variable instructions for performing laboratory and practical work that take into account the individual educational needs of students. The use of digital technologies contributes to the creation of a flexible educational space, within which the possibility of visualizing complex biological processes, modeling phenomena related to health preservation is provided, and the level of accessibility of educational content for different categories of students is increased. At the same time, the formation of a psychologically comfortable atmosphere of interaction in the circle ensures overcoming internal barriers, developing confidence in one's own abilities and contributing to the formation of positive motivation for cognitive activity. An important pedagogical condition is the individualization and differentiation of learning, which involves taking into account personal interests, cognitive abilities, the pace of educational activity and the level of formation of research skills of students. Within the framework

of group work, this is implemented through the variability of the content of educational tasks, the possibility of choosing individual research topics, the use of project technologies that contribute to the development of independence, responsibility and creativity. Such activities provide a combination of theoretical knowledge with practical experience, contribute to the awareness of the importance of a healthy lifestyle and the formation of value orientations of the individual. The use of interactive teaching methods is an important factor in activating the cognitive activity of students, developing critical thinking and forming communicative competence. The use of such methods as problem-solving tasks, case technologies, educational discussions, role modeling, training exercises, ensures the creation of conditions for active interaction of participants in the educational process, stimulates the exchange of ideas, forms argumentation skills and promotes the development of reflective thinking.

The integration of digital technologies and graphic design tools as an effective tool for structuring and visualizing educational information is of particular importance. The use of interactive diagrams, digital illustrations, infographics, and multimedia presentations contributes to the formation of information culture, the development of visual thinking, and ensures the accessibility of complex educational material for different categories of students. Visualization of biological processes, in particular the structure of organs and systems of the human body, the mechanisms of the immune system, and environmental factors affecting health, contributes to the formation of a holistic scientific worldview and increases the efficiency of learning educational material. In addition, the creation of one's own educational products, in particular digital posters, interactive presentations, and infographics, contributes to the development of the creative potential of students and the formation of their readiness for independent cognitive activity.

Thus, the implementation of a set of pedagogical conditions, which involves the creation of a barrier-free educational environment, individualization of learning, the use of interactive methods and digital technologies, ensures the effective implementation of health-saving technologies in group work on biology and the basics of health. This approach contributes to the formation of a culture of health, the development of research skills, an increase in the level of cognitive activity and provides conditions for the harmonious personal development of students. Prospects for further research are related to the development and testing of innovative models of using digital educational resources in the process of forming health-saving competence, as well as improving the methodological support of group activities in the conditions of barrier-free education.

Список використаних джерел:

1. Ажиппо О. Теоретико-методичні засади підготовки майбутніх учителів фізичної культури до професійної діяльності в загальноосвітніх навчальних закладах : дис. … д-ра пед. наук : 13.00.04. Харків, 2013. 485 с.

2. Khatuntseva S. Barrier-free educational environment: the role of individualization of learning and health Promotion in pedagogical practice. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)*, (3К(176), 2024. С. 17-22. https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series15.2024.3K(176).02

Наукове видання

СИНЕРГІЯ ТУРИЗМУ, ГОСТИННОСТІ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції

Науковий редактор *І.В. Трусова, Д.С. Черняк*

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну.
вул. Немировича-Данченка, 2, м. Київ-11, 01011.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.