

Соціальні комунікації

УДК 070:654. 1:316.75

Лісневська Аліна Леонідівна

Кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,

<http://orcid.org/0000-0002-2574-9400>

Безулік Ганна Володимирівна

Заслужена журналістка України, доцент кафедри журналістики та нових медіа

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,

<https://orcid.org/0000-0001-8081-5370>

Полстянкінна Ірина Петрівна

Заслужена діячка мистецтв України, доцент кафедри гуманітарних та музично-інноваційних дисциплін Київської муніципальної академії музики ім.Р.М.Глієра

<http://orcid.org/0000-0002-8388-0466>

**МОЖЛИВОСТІ «АУДІОВІЗУАЛЬНОГО» В УКРАЇНСЬКІЙ
КУЛЬТУРНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ
(НА ПРИКЛАДІ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ПРОЄКТІВ)**

Стаття присвячена аналізу можливостей «аудіовізуального» в культурній журналістиці в умовах російської агресії, які посилюють процеси формування ідентичності і націєтворення. Предметом дослідження було обрано культурно-мистецькі медіапроекти у форматах, представлених в українському медіаландшафті : документальне кіно і культурологічні мінісеріали, відеоподкасти, відеоблогінг, трансмедійні проєкти, які впливають на формування стратегічних культурних наративів «боротьби за українську культуру» та «утвердження громадянської ідентичності» [15]. На основі широкого міждисциплінарного аналізу сучасних досліджень та практик

окреслено процеси трансформації аудіовізуального контенту, зокрема його гібридизацію, мультимедійність та посилення можливостей впливу. У статті розглянуто низку культурно-мистецьких медіапроектів : проекти «Суспільне культура», незалежні відеоблоги, документальні серіали, розмовні формати - подкасти інтерв'ю, в яких аудіовізуальний контент використовується для популяризації українського мистецтва, збереження культурної спадщини та спростування імперських міфів. У статті також визначаються ключові алгоритми застосування аудіовізуальних практик у культурно-мистецьких медіапроектах і підкреслюється необхідність посилення системності, професійних стандартів та ефективних комунікаційних стратегій. Значну увагу приділено емпіричній частині дослідження, а саме результатам опитування студентської аудиторії та фокус-групи експертів, які підтверджують важливість аудіовізуального контенту та його можливостей для просування стратегічного нарративу у вигляді відеоповідомлення. Результати дослідження демонструють, що можливості «аудіовізуального» є потужним інструментом в культурної дипломатії, у процесі формування системи суспільних цінностей, національної ідентичності, протидії інформаційним загрозам, а їх теоретичне осмислення потребує подальших наукових розвідок.

***Ключові слова:** аудіовізуальне, культурна журналістика, культурно-мистецькі медіапроекти, національна ідентичність, стратегічні нарративи, трансмедійність.*

Постановка проблеми. Знакові події двох останніх десятиліть в Україні стали каталізатором процесів «націєтворення та формування нового гранднарративу українців» [23]. а українська культурна журналістика почала усвідомлювати, що її місія не лише у трансляванні естетично-стильових рефлексій митців, але й у поширенні стратегічного нарративу «боротьби за українську культуру» [15]. Українська культурна журналістика тісно пов'язана з формуванням світогляду й громадської думки у соціумі, отже її роль у важкому спротиві українців російській агресії складно переоцінити.

Культурно-мистецькі медіапроекти з деколонізації, в яких лідери думок, митці є носіями й трансляторами «стратегічного наративу» [22] сьогодні вкрай потрібні для репрезентації української культури назовні та сприяють поширенню системи цінностей всередині українського суспільства. Проте у медіазнавчому та мистецькознавчому дискурсі недостатньо досліджено питання систематизації та коректно-концептуального використання можливостей «аудіовізуального» [3]. В українській культурній журналістиці і та, зокрема, в культурно-мистецькій проектах, ми стикаємось з непрофесійним використанням потужних можливостей «аудіовізуального» (аудіовізуальні медіа, окремі проекти, складова мультимедійного контенту). проте «аудіовізуальне» тут відіграє вкрай важливу роль. На наш погляд, всеосяжна природа аудіовізуального продукту, який сьогодні диверсифікувався й трансформувався у гібридні формати соціальних медіа, контент комунікаційних платформ тощо, здатна активніше запуснути вищезазначені процеси за умов усвідомлення медійниками концептуальних його засад та можливостей. «Аудіовізуальна сфера, яка сьогодні формується як домінантна та потужна. Загальновідомо, що художні комунікації мають вагомий культурно-символічний потенціал і максимально образно реагують на потреби суспільства» [2, 104].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В останнє десятиліття зростає дослідницький інтерес науковців і практиків до культурної журналістики, її ролі і місії для української спільноти в країні і по всьому світу в період російської агресії. Дослідників О. Гарматій, В. Клименко, С. Кісіль, Т. Лабінську, Л. Манович, Н. Шлепакову, зокрема, цікавлять сутнісні ознаки, тематичний фокус та жанрово-форматне розмаїття Також виокремлюються дослідження з розвитку культурно-мистецьких медіапроектів, їх специфіки й посилення ролі у процесах націєтворення, деколонізації, бурхливий розвиток культурної дипломатії на тлі ризиків втрати ідентичності й державності - О. Бондарева, В. Васильченко, Д. Дуцик, Д. Золотухін, Є. Лук'янов, В. Отрішко, М. Харкевіч. Тривають дослідження/апробації з просування маркерів української ідентичності в

культурно-мистецьких медіапроектах у різноманітних формах аудіовізуального. Наукові розвідки з морфології «аудіовізуального», сутність його природи, класифікації форматів динамічного відео та трансформацію жанрів ми можемо зустріти в роботах Г. Боема, Н. Больца, В. Гоян, Г. Десятника, І. Д. Моя, М. Ордольфа. Окремо хочемо виділити фундаментальні дослідження З. Алфьорової та А. Алфьорова в яких зазначається, що «аудіовізуальна сфера сьогодні формується як домінуюча та потужна. Загальновідомо, що художні комунікації мають вагомий культурно-символічний потенціал і максимально образно реагують на потреби суспільства» [3, 39]. Виявлено «протиріччя між ускладненням та різноманітненням комунікативних потреб суспільства в сучасній аудіовізуальній сфері та відсутністю системних наукових досліджень із зазначеної проблеми» [2, 104].

У фокусі міждисциплінарного дискурсу тривають дослідження з потужного впливу, а отже й маніпуляцій за допомогою аудіовізуального контенту на масову свідомість, посилення його ролі за рахунок концептуально-технологічних можливостей виробництва та комунікативних платформ, а саме у К. Джордана, М. Кастельса, Г. Мелюхіна, О. Мартиненко, Л. Найдьонової, І. Победоносцевої, Я. Фруктової, Г. Чміль. Інформаційна база нашої статті ґрунтується також на дослідженнях з теорії і практики розвитку цифрових медіа та їх мультимедійних можливостей З. Григорової, А. Досенко, Р. Крейга, Б. Потятиника, Ш., Прімбса, І. Тонкіх. В. Шевченко., О. Udenze, О. Y Oshionebo. Окрім вищезгаданого, деякі питання роботи журналіста з відеоконтентом в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі [10], ризиків аудіовізуального впливу сучасних медіа на масову свідомість [11] та використання аудіовізуальних форматів в культурній журналістиці [12] були частково висвітлені авторами у попередніх публікаціях, проте стрімкі технологічні зміни та соціальні виклики залишають науковий дискурс відкритим.

Формулювання цілей статті (постановка завдання).

Завданням нашої статті є окреслення тенденцій розвитку сучасної української журналістики і визначення місця в ній аудіовізуальних культурно-мистецьких проєктів, які, на нашу думку посилюють процеси поширення стратегічного нарративу у суспільстві і сприяють розумінню особливої місії культури і мистецтва в протистоянні російській агресії, згуртованості суспільства та формування ідентичності українців.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням здобутих наукових результатів.

Українська культурна журналістика сьогодні перетворилась на «зброю» національної стійкості й опору, адже загроза існування української культури й державності стала чинником переосмислення ролі медіа у висвітленні культурно-мистецьких процесів. Зазначена галузь журналістики наразі являє собою майданчик для критичного аналізу російських маніпулятивних нарративів в культурно-мистецьких продуктах та висвітлює процеси деколонізацій і відродження : перейменування вулиць і міст, демонтаж пам'ятників, оновлення репертуару театрів, перезавантаження кіноіндустрії та видавничої справи тощо. Очільниця Українського культурного фонду Н. Кривда зазначає : «Подивімося на культуру, як на те середовище, де живуть найпотужніші сенси. Вони шукають свою форму, вона точно не нарративна. Натомість вона образна, метафорична. Але інколи це найшвидший шлях до серця, а потім уже й до розуму людини. Отже, мені видається, що від нарративів до міфів або навпаки - в цьому процесі ми намацаємо наше майбутнє» [22]. Культурно-мистецький медіапростір представлений різноманітними проєктами, які роблять акцент на європейському коріння української культури, її унікальності та виокремленості від імперської російської. Культурні медіа перетворились на «трибуну» для нової генерації митців, письменників, волонтерів, військових, експертів, дослідників і культурних амбасадорів, чия творчість і діяльність безпосередньо формує сучасний культурний код і гранднарратив [15]. Також «Українська культурна журналістика, реалізуючи свої функції, активно сприяла формуванню стійкої медіакультури - здатності суспільства критично оцінювати медійні технології

та різноманітні форми масової інформації, що є ключовим елементом національної стійкості» [16, 160]. Одним з найяскравіших прикладів ми вважаємо медіапроект С. Жадана «Радіо Хартія», в якому, завдяки репутаційним напрацюванням автора (в тому числі й амбасадоського досвіду), відбувається відверте спілкування з лідерами думок у вигляді відеоінтерв'ю-бесіди [20].

Виняткове значення культури і культурної журналістики, її місії і завдань стало «порядком денним» на рівні професійних медіаспільнот (НМПУ, НСЖУ), державному стратегічному рівні («Стратегія національної безпеки України», Національний інститут соціологічних досліджень), державних та недержавних медаорганізацій (НСТУ - Суспільне культура, Українське радіо; Громадське; Студія 1+1, ВІАТЕЛ) і організацій (УКФ, САТ UA, Український інститут національної пам'яті, Детектор медіа), громадських ініціатив (Обличчям до культури, Ukrainer, Вавілон 13), блогингу («Загін кіноманів», «Комік і історик», «Історія без міфів»). В тексті «Стратегія інформаційної безпеки України» визначена потреба «забезпечення всебічного розвитку української культури та утвердження української громадянської ідентичності», зокрема, у Стратегічній цілі 5 наголошується на «спростуванні ідеологем радянської та сучасної російської історіографії, щодо минулого і сучасного України та її територій, які поширюються в українських та іноземних засобах масової інформації» [18]. У зв'язку з цим «деколонізацію національного медійного простору трактуємо як важливий засіб усунення з українського публічного простору наративів, маркерів або символів російської і радянської імперської політики з метою витиснення імперських наративів з інформпростору і у сфері культури та мистецтва. Проте, попри очевидну актуальність деколонізації національного медійного простору, як, зрештою, і деколонізації українського публічного простору, досі відповідні процеси не набули системного, теоретичного осмислення» [13, 68]. Метою російського агресора є знищення не лише людей і стратегічних об'єктів, а й культурної спадщини, яка і є маркером нашої ідентичності. В аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень «Культурна спадщина і

національна безпека» [9, 68] зазначається що, «культурна спадщина набуває ключового значення для створення матеріального і нематеріального культурного, ціннісного підґрунтя для єдності суспільства, посилення української громадянської ідентичності, дальшого розвитку України як цілісної та демократичної держави, згуртованості Українського народу.... Масові звірства Росії в Україні мають тісний зв'язок зі знищенням КС Українського народу. Атаки російської сторони на КС України є, за оцінкою J. Paul Getty Trust, кроком до «культурної чистки», а отже «воєнний злочин у вигляді знищення культурної спадщини є ще однією причиною протистояти російській реколонізації». Спільний проєкт Американської академії мистецтв і наук та Фонду J. Paul Getty Trust «Культурна спадщина під загрозою» є одним із кількох спільних зусиль J. Paul Getty Trust, спрямованих на вирішення загроз світовій культурній спадщині» [17], в якому українська тема досліджувалась три роки. Усе це підтверджує висвітлення її різноманітних аспектів у медіапросторі з метою протистояння інформаційній агресії рф.

Збереженню національно-культурної і громадської ідентичності активно сприяє діяльність національних та гіперлокальних медіа громад і організацій, блогерів, окремих культурно-мистецьких медіапроєктів, які сьогодні транслюють оновлені культурні сенси і стратегічні наративи. Культурна журналістика виконує не лише роль інструмента розповсюдження інформаційних продуктів, а й сама творить концептуальні системи залучення аудиторії до націєтворення й формування системи цінностей. Сучасний медіапростір та інструменти інтернет-платформ надають безмежні можливості для створення культурно-мистецьких проєктів на глобальних платформах та виробництво текстово-візуального, аудіовізуального і мультимедійного контенту інструментами соцмереж. Оскільки предметом нашого дослідження є можливості «аудіовізуального», оглянемо стисло типові культурно-мистецькі медіапроєкти, які за є класично аудіовізуальними або містять низку «аудіовізуальних практик» [25].

Узагальнення результатів наукових розвідок надають підстави окреслити ключові ознаки культурно-мистецьких медіапроєктів: сучасне мистецтво й

культурні тенденції; культурна спадщина й пам'ять; аналітика культурної політики; критика мистецтва; діалог між творчими інституціями, спільнотами та аудиторіями. За медіаформатом культурно-мистецькі медіапроекти функціонують у цифрових (онлайн журнал, студія, подкасти на стрімінгових і хабових (платформах та соцмережах) та гібридних формах (виставки/концерти і медійні кампанії). Мультимедійна природа цифрових медіа та партнерська колаборація дозволяє створювати трансмедійні комунікаційні стратегії, в яких один культурний аудіовізуальний продукт може бути представлений у кількох медіа або на кількох платформах в різних форматах. Розповсюдженими є практики побудови сюжетів про культуру через текстово-візуальний і аудіовізуальний сторителінг та медіаосвітні практики (інтерв'ю, лекції, блогерська відеоаналітика). Глобальні проєкти та їх висвітлення у медіа: Українського культурного фонду «Creatives» - конкурс окремих грантів УКФ (лот «Audiovisual Arts») який складається з відео-серій про представників творчих індустрій України; кінофестивалі Docuday UA, Молодість, Одеський кінофестиваль. Місія і завдання багатьох аудіовізуальних медіапроектів в Україні містить культурно-репрезентативний компонент – висвітлення особистостей українських митців та осмислення національної ідентичності через мистецькі практики; підтримка діалогу між суспільством, інституціями культури і мистецькими спільнотами, культурна дипломатія – популяризація української культури у світі. Таким чином, культурно-мистецькі аудіовізуальні медіапроекти формують динамічну стратегічно важливу частину сучасної української культурно-мистецької медіасфери та (в тому числі) у площині культурної журналістики просувають основні стратегічні наративи : наратив боротьби за українську культуру (поділ українців на «справжніх патріотів» та тих, хто залишається вірними російській культурі та мові), наратив громадянського єднання (творився з попереднього наративу «усвідомлення», де деякі групи виявляють прихильність до європейських цінностей та підтримують Збройні сили України) та мультикультурний наратив [15].

В попередніх публікаціях ми досліджували і висвітлювали процеси трансформації «аудіовізуального» від класичного «екранного видовища» до аудіовізуального контенту, його вплив та роль елементів мови екрану і форматів у цьому процесі. Нагадаємо, що класифікація «аудіовізуального» визначена у «Законі України про медіа (2023)», отже сьогодні ми користуємось термінологією аудіовізуальної сфери, яка містить визначення «твір», «видовище», «продукт», «інформація», «медіа», «контент», проте уніфікованого поняття «аудіовізуальний контент» як такого не існує. В попередніх наукових розвідках це питання нами вже було розглянуто [11]. З. Алфьоровою та А. Алфьоровим наголошується, що «дослідження аудіовізуального контенту потребує врахування структурних та естетичних особливостей, підкреслюють визначають його роль у формуванні культурного простору [3]. Різноманітні аудіовізуальні практики в поєднанні з умовно сталою класифікацією класичного аудіовізуального продукту прискорили процеси гібридизації форматів і жанрів та диверсифікували аудіовізуальний контент, який останнім часом визначатимуть терміном «аудіовізуальне» (З.Алфьорова, О. Мусієнко, А. Тормахова), тобто об'єднуючим принципом сприйняття. є аудіо (звук) та візуальне (зображення статичне та динамічне). Цей термін використовується для позначення контенту або медіа/комунікаційних платформ, які одночасно містять як звукову, так і візуальну складову. Унікальні властивості «аудіовізуального» мають безпрецедентні можливості впливу на масового споживача, тому, з одного боку, являє собою загрозу та створює ризики маніпуляції - впливає на світогляд людини та штучно корегує систему цінностей людини в площині ідеологічних маніпуляцій політичного й шовіністичного характеру, з іншого боку використовується в медіапросторі з метою просування культурних цінностей і наративів, формування національно-культурної ідентичності. «Ідентичність змінюється, а отже, ми можемо її вирощувати. Формувати національну ідеологію, напевно, можливо, але складно, і ми виходимо на інше поле. А от формувати національний міф можна, й у нас є для цього

інструменти. Саме мистецтво - найбільший міфотворець. На політичних платформах важко формувати національний наратив та ідеологію» [22].

Термін «аудіовізуальне» має глибинну гібридну генезу, яка складається з «родинного» (*автор.*) зв'язку з феноменальною природою екранного видовища (бурхливий розвиток і дослідження тривали протягом усього 20 століття) та потужною сучасною комунікацією через аудіовізуальний контент зі прощеною технологією його створення інструментами соцмереж та інших комунікаційних платформ, наприклад, ютуб. Диверсифікований аудіовізуальний контент та сучасні аудіовізуальні практики лише підтверджують пророцьку думку Ж. Бодрійара (1976 р.) про потужність впливу «екрану» і світ під назвою «гіперреальність», в якому панують наративи і симулякри [5]. Аудіовізуальні формати і комунікаційні технології широко використовуються для створення і просування культурно-мистецьких медіапроектів, проте не завжди креативна ідея, естетичні та суспільні цінності просуваються за допомогою коректного використання усього різноманіття сучасних аудіовізуальних практик. Специфіка висвітлення культурної і мистецької тематики безпосередньо в журналістських проєктах та просування мистецьких медіапроектів в інформаційно-комунікаційному просторі методами культурної журналістики потребує делікатної професійної роботи медійників, глибоке розуміння сутності культурно-мистецького напрямку та природи мистецтва та увиразнення відповідного контенту або тематики за допомогою різноманіття «аудіовізуальних практик нових медіа» [25].

Результатом багатьох досліджень і практичного досвіду є класифікація мови екрану, проте, як і будь яка мова, вона жива, постійно змінюється. Отже, такі її сталі елементи як зображення (хронікально-документальне або ігрове, статичне динамічне), масштаб кадрів - план, композиція (лінійна, кольорова і світло-тіньова характеристика), рух камери, атмосфера, стиль монтажу та особливо звук (синхронний, драматургічний, музична образна сфера, репортажний метод присутності, який використовується сьогодні доволі часто у вигляді UGC (user general content) є потужним арсеналом створення «аудіовізуального» і посилення його впливу на масову свідомість, а

«аудіовізуальні засоби дедалі частіше використовуються не для інформування, а для конструювання реальності» [14].

Також варто акцентувати увагу на ефективність проєктної діяльності в медіапросторі, а саме: використання принципів системності, чітке розуміння потреб цільової аудиторії, стильової єдності, а головне – концептуальної відповідності контенту й грамотної комунікативної стратегії. Усі ці специфічні характеристики проєктної діяльності притаманні й аудіовізуальним культурно-мистецьким медіапроєктам та їх комунікаціоному супроводу. Окреслимо сутність можливостей «аудіовізуального» в репрезентативній виборці культурно-мистецьких медіапроєктах за *місією і змістом, форматами медійності та комунікаційною стратегією*. Якщо говорити про спадкоємність концептуально-системних традиційних аудіовізуальних медіа, то треба згадати культурно-мистецькі проєкти «Суспільне культура» [24], які відповідають державній культурній політиці і націлені на просування наративів боротьби за українську культуру, розвінчування російських міфів і формування ідентичності українців. Національний масштаб медіа передбачає різноманіття форматів, стилістики, жанрів з урахуванням інтересів цільової аудиторії, яка чітко сегментована за смаками й віком, а увесь аудіовізуальний контент медіа відповідає загальній концепції і меті НСТУ Суспільне. Важливий доробок з урахуванням можливостей Суспільного мовника є складні, але впливові за аудіовізуальною природою документальні фільми (Вальс з імперією, Сентиментальна подорож до планети Параджанова, Довженко - великий компроміс) та документальні мінісеріали (Історії великих українців, Таємниці великих українців тощо), мистецький проєкт «Я - віртуоз» у співпраці з Будинком звукозапису Українського радіо), спрямовані на підтвердження української ідентичності в культурі і мистецтві, представлені у вигляді плейлистів на ютубі та трансляцією на телеканалі. Проте комунікаційна стратегія, трансмедійність і адаптація представлені недостатньо ефективно, в той час, як можливості відеоцититування, інтертексту з відео в соцмережах могли зробити доволі коштовні проєкти більш впізнаними у широкому колі глядачів.

Популярний сьогодні формат подкастів в аудіовізуальній формі представлені на Українському радіо, прикладом, культурно-мистецький проєкт «Батьки-засновники» (автори Н. Соколенко та С. Стуканов) [4]. Цінність таких розмовних проєктів в ексклюзивності експертів, які в невимушеній атмосфері бесіди з двома ведучими розповідають про невідомі факти відомих українських культурних і політичних діячів. Прикладом, у програмі про Миколу Лисенка було запрошено його проонука, що додавало ексклюзивної достовірності. Якісне виробництво, відповідна атмосфера в кадрі, музичне оформлення, темпоритм, харизма ведучих створює ефект можливості дізнатись сенсаційні факти в розмові з «розумними» людьми [4].

Останнім часом Суспільний мовник розбудовує нові розмовні медіапроєкти у молодіжній аудіовізуальній стилістиці («Артилерія», «Прощавай, імперія», «Культуримо», «Деколонізаторки») з харизматичними ведучими-ровесниками глядачів, швидким монтажем, яскравою колористикою, «гіпнозом» швидких крупних планів героїв і ведучих, трансмедійністю і акцентом на розгалужену комунікаційній стратегію в інстаграм та тік ток. Так, наприклад, проєкт «Культуримо : дайджест новин» [8] останнім часом набирає від 3 до 36 тис. переглядів, а «Прощавай, імперія» [19] до 68 тис. одного випуску лише у ютуб. Можливості аудіовізуального контенту у цій групі проєктів акцентовані на особистій комунікації в кадрі, сучасною стилістикою зйомки і монтажу, іронічним молодіжним стилем комунікації в кадрі, оформлення заголовків у соцмережах (часом провокативних). Програма «Артилерія» [1] максимально використовує репортажний метод і занурює глядача в атмосферу подій, наприклад, концертів (Артем Пивоваров), Олімпіади в Парижі крізь українські цінності і культурні маркери. Отже, спектр аудіовізуального контенту Суспільного культура представлений від коротких освітніх роликів для молоді до повнометражних документальних циклів, які системно викривають імперські міфи і просувають українські культурні цінності. Деякі спецпроєкти створені у колаборації з Українським культурним фондом. Проте іноді глобальні

медіапроекти містять недостатню ефективну промоцію у вигляді коротких відео і дописів, розповідей-рилсів у соцмережах.

Прикладами цікавих *документальних форматів* із системною проектною концепцією є *«Реальна історія з Акімом Галімовим, «Постаті» (1+1 Сніданок), «Гра долі» (студія VIATEL)*. Використовується сторителінг (в тому числі й аудіовізуальний), повний набір аудіовізуальних засобів (масштаб зображення, концептуальний монтаж, атмосфера, музика, рух камери тощо).

Розмовні формати (подкасти, інтерв'ю) набирають популярності завдяки особистості авторів та унікальності героїв (С. Жадан «Радіо Хартія», «Ночі дівочі», Громадське: «Суч цукр муз» та «Запах слова». Їх об'єднує креативна стилістика зйомки, подача матеріалу в аудіовізуальній формі, особливості поведінки автора в кадрі, атмосфера, беззаперечна фаховість експертів - співрозмовників в розкритті мистецьких та культурно-історичних тем.

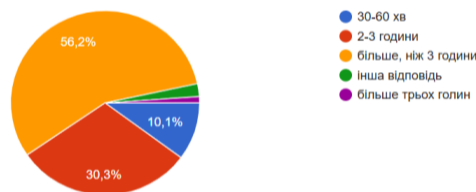
Окремою групою можна визначити відеоблогінг з культурно-мистецької тематики. Це зазвичай огляди подій і явищ в ютуб : яскрава авторська манера, неформальна обстановка, складна комунікативна стратегія з урахуванням алгоритмів у соцмережах, що неабияк приваблює глядача. Одним з найуспішніших можна зазначити незалежні проєкти на ютуб «Загін кіноманів» (В. Гордієнко, 714 тис. підписників), «BABYLON`13» (135 тис. підписників), популярний серед молоді (як показало опитування) «Комік і історик» (165 тис. підписників) та «Історія без міфів» (980 тис. підписників). В аудіовізуальному контенті використано яскравий авторський стиль комунікації, швидкий ритм монтажу, спецефекти, яскраві кольори, що посилює вплив; розгалужена комунікаційна стратегія в соцмережах, де використовується усе різноманіття відеоконтенту для активізації комунікації і залучення глядачів. Проте практика деяких блогерів в аудіовізуальному форматі має ознаки суб'єктивності, недостатньої експертної підготовки авторів у викладі матеріалу, порушення деяких журналістських стандартів. Можна лише констатувати, що кількість підписників деяких блогерів вражає.

Особливою формою культурно-мистецьких проєктів є конкурси, фестивалі, перфоменси, виставки, концерти, мистецькі акції, які відбуваються

в реальному часі, проте набувають аудіовізуальну форму в медіа культурної журналістики у вигляді відеозапису, супроводжуваних репортажів, відеонарисів, інтерв'ю. Іноді аудіовізуальний контент є частиною самого проєкту, що посилює його комунікативність і залученість аудиторії. Такий контент використовується у медіпросторі як в професійних, так і в гіперлокальних соціальних медіа. Прикладом, ювілейний науково-творчий проєкт Київської муніципальної академії музики ім. Р. Глієра «Glieriv fest» до 150 річчя Рейнгольда Глієра. З метою «шанування постаті визначного митця та популяризація української академічної музики, її історії та сьогодення у мистецькому середовищі України та зарубіжжя» [6]. (Керівник проєкту О. Злотник, автор М. Зарудянська, координатор І. Полстянкіна). Протягом року проведено низку мистецьких і дослідницьких заходів. Аудіовізуальна складова : відеопрезентація проєкту, відеозаписи виступів міжнародних партнерів у медійному проєкті Glier bridge, відеозаписи симфонічних концертів в Національній філармонії України за участю студентів і викладачів академії, концерт в Палаці Україна за участю відомих випускників І. Білик, Л. Монастирської, З. Огневич, Melovina (партнер «Суспільне культура»), створення інтерактивної мапи «Коло Глієра» [21], комунікативна стратегія в інстаграм-проєкті [25] та соцмережі фейсбук, висвітлення подій Суспільним мовником. Цікавим прикладом діяльності протягом року гіперлокального соціального медіа - інстаграм проєкту Glieriv fest [7]. Концепція з аудіовізуальним контентом передбачає : системну рубрикацією «Граємо Глієра» (відеоконтент виконання творів в сучасних інтерпретаціях), «Листування Глієра з учнем Лятошинським» (анімація контенту), висвітлення історії академії у форматі аудіовізуального нарису у вигляді рілсів, відеоогляди рубрики «Коло Глієра» (постаті української композиторської школи - учні Глієра) та креативна рубрика «А чи знали ви?» (формат відеовиступу про цікаві факти, пов'язані з постаттю композитора та креативним просуванням бренду закладу і його спільноти «глієрівців»). Завдяки використанню аудіовізуальних практик в інстаграмі активувався

інтерес до мистецького проєкту і створено комюніті для просування культурних наративів було посилено.

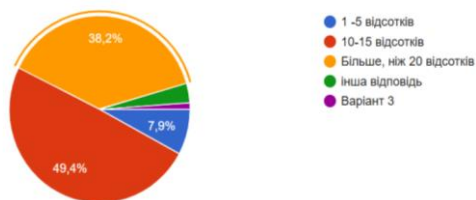
В практичній частині нашого дослідження проведено опитування 95 студентів : 80% мабутніх медійників (студенти Київського столичного університету імені Бориса Грінченка) і 20 % митців (Київська муніципальна академія музики ім. Р. Глієра), адже міждисциплінарність теми передбачає специфічну вибірку аудиторії. За результатами опитування з'ясувалось, що 56,2 % респондентів витрачають на перегляд аудіовізуального контенту більше 3 годин на добу, отже популярність його споживання безперечна (малюнок 1).



Малюнок 1.

Скільки часу на добу Ви витрачаєте на споживання аудіовізуального контенту?

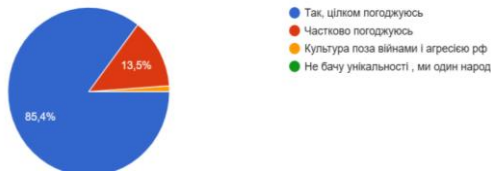
Разом з цим, відсоток переглядів з культурно-мистецької тематики у 49,6 % складає лише 10-15 % від загального споживання, а у 38, 2 відсотків респондентів – більше 20 % (малюнок 2).



Малюнок 2.

Визначте відсоток відеоконтенту з української культурно-мистецької тематики, який Ви споживаєте.

Також опитування виявило, що переважна більшість опитуваних вважає, культурну журналістику дієвою щодо усвідомленню українцями свого коріння, культури, унікальності, таких 85, 4% (малюнок 3).



Малюнок 3.

Чи погоджуєтесь Ви, що культурна журналістика наразі сприяє усвідомленню українцями свого коріння, унікальності, відмінності від російської в родині європейських націй?

Найцікавішим аудіовізуальним форматом культурно-мистецьких медіапроектів 34,8 % респондентів вважають культурологічні розслідування національних каналів (Скарби нації тощо), 37,1 % короткі рілси в соцмережах, а 23,6 % відеоблоги. Тобто, приблизно однаковий розподіл форматів з домінуванням все ж таки професійних проектів, проте блогерство також є рівноправним сегментом українського культурного медіаландшафту і з цим треба рахуватись (Малюнок 4).



Малюнок 4.

Який формат аудіовізуального контенту в культурно-мистецьких медіа Ви вважаєте найцікавішим і найвпливовішим?

Для релевантності результатів дослідження використано методику інтерв'ювання і створено фокус-групу експертів: О. Мусафірова, журналістка, репортерка; Д. Дуцик, заслужена журналістка України, кандидат філологічних наук, засновниця й виконавча директорка ГО «Український інститут медіа та комунікації», членкиня Ради з питань свободи слова та захисту журналістів при Президентові України, членкиня Всеукраїнської громадської організації «Комісія з журналістської етики»; А. Максименко, режисерка, сценаристка, операторка й художниця, переможниця Міжнародних конкурсів документального кіно «Docudays UA», «It's All True!» у Бразилії, «Астра» в Румунії; Т. Лебедева, медіаекспертка, членкиня Комісії з журналістської етики, Д. Денисенко, журналіст, ведучий Суспільного мовлення; А.

Заклецька-Бурак, ведуча ТО Радіо Промінь, громадська діячка, режисерка, вокалістка українського гурту «Vroda», заслужена артистка України.

Опитування експертної фокус-групи переконливо підтвердило ключову роль культурно-мистецьких медіапроектів у формуванні національної ідентичності, боротьбі із зовнішніми загрозами та просуванні позитивного образу України у світі. «Саме через мистецтво ми можемо осмислити травматичний досвід, перетворити його на історії, що об'єднують і дають сенс», - зазначила А.Максименко. «Також у цьому контексті варто говорити про культурну деколонізацію та руйнування російської імперської міфології, що важливо для виживання України сьогодні», - відмітила Д. Дуцик. «Це саме та «м'яка сила», яка допомагає нації відрізнити хороше від поганого, вчить знати та поважати «своє», впливає на тонкі струни душі, захищає від ворожих впливів», - вказала Т. Лебедева.

Усі експерти назвали важливою діяльність медіапроектів, які впроваджують та поширюють культурні наративи. «Культура стає інформаційним щитом: вона демонструє світові нашу суб'єктність, цінності та право на існування. Медіапроекти формують образ України не як абстрактної «території війни», а як країни з живою культурою, голосами та людьми», - зазначила Максименко. Т. Лебедева водночас зауважила: «Таких проектів та форматів катастрофічно замало! І аргумент про втрату уваги до них – лише виправдання для тих, хто не хоче прикладати зусилля, виробляти оригінальні формати, вивчати історію культурних феноменів». Також усі експерти відзначають зростання впливу аудіовізуального контенту. «Роль аудіовізуального контенту в медіа є ключовою: від репортажів з фронту до аналітики і «відосів» президента», - вказала О. Мусафірова. «Варіативність або різноманіття простору варіантів доступних українському споживачеві – однозначна перевага», - підкреслив Д. Денисенко. «Чим більше охоплення має медіа чи платформа, тим ефективніше використовуються візуальні чи аудіоформати». Як окремо важливий напрямок застосування А. Заклецька-Бурак відмітила медіапродукти для дітей та юнацтва: «Дитячий та юнацький контент - стратегічно важливий для національної безпеки». Водночас,

експерти зауважили, що актуальний аудіовізуальний контент в онлайн і соціальних медіа - «це не завжди про інтелектуальність та високу культуру» (Д. Дуцик). До того ж, через надзвичайну ефективність і впливовість аудіовізуального контенту, аудиторія, яка споживає викривлений аудіовізуальний контент, «стає об'єктом маніпуляцій, і «перепрограмувати» її важко» (О. Мусафірова).

Як приклади ефективного використання аудіовізуального інструментарію в сучасних українських медіаформатах (зокрема, і для просування культурних наративів), опитані експерти відзначили «20 днів у Маріуполі» та «2000 метрів до Андріївки» М. Чернова, «Пісні землі, що повільно горить» О. Журби, «Фрагменти льоду» М. Стоянової, документальні проєкти М. Барчук (Суспільне), простір української культури «Україна поруч» («Ukraine is here») на онлайн-платформі Google, проєкт «Я – віртуоз» на Суспільному, застосунок Суспільного Бробакс, інші.

Отже, опитування експертної фокус-групи продемонструвало: аудіовізуальні культурно-мистецькі медіапроєкти відіграють ключову роль у формуванні національної ідентичності українців, є ефективним засобом боротьби із зовнішньою агресією, важливим інструментом культурної дипломатії та самопредставлення України. Водночас, особливості та окремі аспекти сприйняття і використання сучасної аудіовізуальної продукції потребують додаткового ретельного вивчення.

Висновки. Українська культурна журналістика в умовах російської агресії перетворилася на важливий інструмент формування національної ідентичності, деколонізації та культурної стійкості. Аудіовізуальні формати - документальні фільми, мінісеріали, відеоподкасти, блогінг і трансмедійні проєкти стали центральним засобом популяризації українського мистецтва, спростування імперських міфів та формування стратегічного наративу «боротьби за українську культуру». Дослідження засвідчують зростаючу роль гібридних та мультимедійних форматів, що поєднують естетику, фактичність і сильний емоційний вплив. Опитування студентів і експертів підтверджує, що аудіовізуальний контент є потужним чинником розвитку самосвідомості та

позитивного міжнародного образу України, водночас потребуючи професійних стандартів, системності й ефективних комунікаційних стратегій для максимального впливу.

Список літератури:

1. Артилерія. Суспільне культура. URL: <https://suspilne.media/culture/tag/artileria/> (дата звернення: 12.10.2025).
2. Алфьорова З. Арткомунікація в системі медіакомунікацій: новітня морфологія аудіовізуальної сфери. : Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України: колективна монографія / наук. ред. В. Л. Іващенко. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2022. 200 с.
3. Алфьорова З., Алфьоров А. Секторальна морфологія сфери аудіовізуального мистецтва та виробництва як креативної індустрії. Культура України. 2023. № 86. С. 34–39.
4. Батьки засновники. Микола Лисенко. Українське радіо. URL: https://www.youtube.com/watch?v=HPZ8_nRXkaQ (дата звернення: 5.11.2025).
5. Бодрияр Ж. Символічний обмін і смерть. Львів: Кальварія, 2004. 320 с.
6. Glieriv fest. Науково-творчий проєкт КМAM ім. Р. Глієра. URL: <https://projekt.glieracademy.org/glierfest/> (дата звернення: 12.11.2025).
7. Glieriv fest. Медіапроєкт КМAM ім. Р. Глієра. URL: <https://www.instagram.com/stories/glieriv.fest/> (дата звернення: 12.11.2025).
8. Культуримо: дайджест новин. Суспільне культура. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KO9kJMcvIkM> (дата звернення: 14.11.2025).
9. Культурна спадщина та національна безпека. Аналітична доповідь. НІСД, 2023.
URL: <https://niss.gov.ua/publikatsiyi/analitichni-dopovidi/kulturna-spadshchyna-ta-natsionalna-bezpeka> (дата звернення: 6.11.2025).
10. Лісневська А. Л. До питання роботи журналіста з відеоконтентом в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Т. 31 (70), № 3. 2020. С. 216–221.
11. Лісневська А. Л., Фруктова Я. С. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. Інтегровані комунікації. К.: Київський університет ім. Б. Грінченка, 2019. Вип. 2 (8). С. 43–51.
12. Лісневська А., Новикова Р. Аудіовізуальний контент в культурній журналістиці воєнного часу: до питання національної ідентичності. Синопис: текст, контекст, медіа. 2023. № 29 (2). С. 131–138.
13. Лук'янов Є. Концепт деколонізації і перспективи розвитку національного

- медіапростору. Інтегровані комунікації. 2025. № 1 (19). С. 66–74. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.19>
14. Мусієнко О. Аудіовізуальний контент як інструмент впливу: етичні виклики цифрового середовища. Науковий вісник КНУТК. 2025. № 36. С. 117–122.
15. Національний нарратив: три бачення України. Дослідження САТ-УА. URL: <https://cat-ua.org/2024/04/17/nacziionalnyj-naratyv-try-bachennya-ukrayiny/> (дата звернення: 15.11.2025).
16. Отрішко М., Харкевіч М. Медіакультура як фактор формування громадської думки в малих містах. Образ. Серія: Прикладні комунікаційні технології. 2024. № 1 (44). С. 158–167. URL: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/issue/view/3> (дата звернення: 10.11.2025).
17. Paul Getty Trust. Cultural Heritage and Mass Atrocities / Ed. James Cuno, Thomas G. We1iss. May 2022. URL: <https://www.getty.edu/publications/cultural-heritage-mass-atrocities/preface-acknowledgements/> (дата звернення: 10.11.2025).
18. Про Стратегію національної безпеки від 15.10.2021. [Liga.UA](https://ligazakon.net). URL: https://ips.ligazakon.net/document/u685_21 (дата звернення: 15.10.2025).
19. Прощавай, імперіє. Суспільне культура. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLa6RrfylRW7TgYptI3zVYY_smiAZcUqsE (дата звернення: 10.11.2025).
20. Радіо «Хартія». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3oWkaou70Hs> (дата звернення: 8.11.2025).
21. Рейнгольд Глієр та українська композиторська школа. Проєкт КМAM ім. Р. Глієра. URL: <https://www.horowitzv.org/gliers-rounds?lang=ua> (дата звернення: 8.11.2025).
22. Самигін Д. Три основні погляди на Україну. Media Sapiens. 29.05.2024. URL: [https://ms.detector.media/...](https://ms.detector.media/) (дата звернення: 11.11.2025).
23. Старченко Н. Чого ми навчились між Руссю і Гетьманщиною? Жовті кеди з Юлією Бориско. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-vqLHR5dsWg> (дата звернення: 15.10.2025).
24. Суспільне культура. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCpzZB5rRJ0W7KzjVvfbMxew> (дата звернення: 15.10.2025).
25. Тормахова А. М. Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер. Вісник НАКККіМ. 2021. № 3. С. 42–46.

Lisnevskaya, A. L., Bezulik, G. V. THE POTENTIAL OF AUDIOVISUAL CONTENT IN UKRAINEIAN JOURNALISM (BASED ON CULTURAL AND ART MEDIA PROJECTS)

The article examines the potential of “audiovisual” formats in cultural journalism under conditions of Russian aggression, focusing on how they strengthen the formation of a grand narrative and processes of nation-building. The study concentrates on cultural and artistic media projects represented in the Ukrainian media landscape: documentary films and cultural mini-series, video podcasts, video blogging, and transmedia projects that shape strategic cultural narratives such as the “struggle for Ukrainian culture” and the “affirmation of civic identity.” Drawing on extensive interdisciplinary research and contemporary practices, the article analyzes the transformation of audiovisual content – its hybridization, multimedia nature, and the increasing potential for manipulation. The study considers a representative sample of cultural and artistic media projects (“Suspilne Culture” initiatives, selected video blogs, documentary series, and conversational formats such as interview-based podcasts), in which audiovisual tools serve to popularize Ukrainian art, represent cultural heritage, and counter imperial myths. Significant attention is devoted to the empirical component, particularly the results of a survey among university students and an expert focus group, both confirming the importance of audiovisual content in shaping self-awareness and resilience among Ukrainians through cultural and artistic media projects. The article identifies key algorithms for integrating audiovisual practices into cultural and artistic media formats and underscores the need to strengthen systematization, professional standards, and effective communication strategies. The findings demonstrate that the potential of “audiovisual” media is a powerful instrument of cultural diplomacy, a tool for shaping social values, building national identity, and countering informational threats. Their theoretical conceptualization requires further scholarly inquiry.

Key words: audiovisual content, cultural journalism, cultural and artistic media projects, national identity, cultural narratives, transmedia.