



<https://doi.org/10.28925/2311-259x.2023.2.10>
УДК 316.77:070]:355

Аліна Лісневська

Київський університет імені Бориса Грінченка
вул. Левка Лук'яненка, 13Б, Київ, 04212, Україна
 <https://orcid.org/0000-0002-2574-9400>
a.lisnevsk@kubg.edu.ua

Руслана Новикова

Київський університет імені Бориса Грінченка
вул. Левка Лук'яненка, 13Б, Київ, 04212, Україна
 <https://orcid.org/0009-0007-3859-7219>
r.novykova@kubg.edu.ua

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ У КУЛЬТУРНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ВОЄННОГО ЧАСУ: ДО ПИТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розбудови української культурної журналістики і акцентування на аудіовізуальній формі висвітлення питань, пов'язаних із розвитком національної ідентичності. Дослідження виявило, що саме культурна журналістика чітко усвідомлює переважаність цінностей суспільства і висвітлює історичні теми, сучасні наративи української культури, мови, історії на внутрішнього споживача, а також репрезентує їх за кордоном. Зараз відбувається творення образу модерної України з давньою історією і культурою, яка сьогодні бореться за право обирати власний шлях розвитку. Предметом дослідження став аудіовізуальний контент українського (за змістом) медіапростору, який представлений спільнотою не лише професійних медійників, але й аматорами, відеоблогерами. Це зумовлене спрощенням технологій відеовиробництва та доступністю комунікаційних платформ поширення аудіовізуального контенту. Мета дослідження — розглянути вплив культурної журналістики у формі аудіовізуального контенту на процеси творення національної ідентичності й самосвідомості українців у воєнний час. Для досягнення мети були використані методи контент-аналізу, культурологічного та семантичного аналізу.

У результаті дослідження аудіовізуального сегмента був доведений особливий вплив культурної журналістики воєнного часу на процеси творення національної ідентичності. Також слід ураховати, що багаторічні дослідження природи аудіовізуального твору довели потужність його впливу на процеси формування цінностей і світогляду масової аудиторії, проте в культурній журналістиці цей сегмент медіапростору сьогодні задіяний недостатньо. З одного боку, спрощення технологій відеовиробництва та доступність комунікаційних платформ зумовили вибух і засилля аматорського аудіовізуального контенту з тематики української культури й історії. З іншого боку, спостерігається недостатня увага журналістів і редакторів українських медіа до аудіовізуальних журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів з відповідної тематики. Відбуваються гібридизація жанрів у ситуативні формати і бурхливий розвиток культурної журналістики та відеоблогерства з висвітлення тематики української культури й історії. Зазначені процеси свідчать про дієвість чинників творення національної ідентичності в медіапросторі сьогодні та окреслюють перспективність дослідження визначеної проблеми.

Ключові слова: аудіовізуальний контент; медіапростір; культурна журналістика; національна ідентичність.

Постановка проблеми. Питання дослідження є актуальним, адже під час повномасштабного вторгнення РФ в Україну спостерігається сплеск активності творення національної ідентичності в українському суспільстві. Вагома частка зазначених процесів відбувається в медіапросторі. Гостро постало питання ролі культурної журналістики, яка усвідомлює переважаність цінностей суспільства і висвітлює історичні теми, сучасні наративи української культури, мови, історії для внутрішнього споживача і водночас репрезентує її за кордоном. Отже, відбувається творення образу модерної України з давньою історією і культурою, яка сьогодні бореться за право обирати

власний шлях розвитку. Надзвичайно потужний вплив на масову свідомість має аудіовізуальний контент, який у сучасному медіапросторі представлений спільнотою не лише професійних медійників, а й аматорами, відеоблогерами. Це зумовлене спрощенням технологій відеовиробництва та доступністю комунікаційних платформ поширення аудіовізуального контенту.

Мета — розглянути вплив культурної журналістики й аудіовізуального контенту на творення національної ідентичності та самосвідомості українців у воєнний час.

Завдання дослідження: окреслити поняття «національна ідентичність» та активність процесу

її творення під час війни; розглянути особливості та завдання культурної журналістики воєнного часу; визначити місце аудіовізуального контенту культурної тематики в аудіовізуальних медіа та його вплив на розвиток і усвідомлення національної ідентичності українців; проаналізувати аудіовізуальний контент українських медіа й аматорський сегмент у ютубі; розглянути студентські медіапроекти визначеного спрямування.

Методологічна основа: методи аналізу, порівняння та синтезу, контент-аналіз, культурологічний і семантичний аналіз.

Теоретичне підґрунтя. У часи воєнного протистояння російській навалі багато дослідників зазначили сплеск активності процесу формування національної ідентичності в українському суспільстві. Ціна цієї боротьби дуже висока: за право обирати свою ідентичність і самим визначати шлях розвитку, який має унікальні культурно-історичні традиції, ми платимо сьогодні тисячами життів українських громадян. Чому зараз так гостро постало питання ролі культурної журналістики в перезавантаженні цінностей і формуванні порядку денного українського інформаційного простору? Ми повністю розділяємо думку Т. Пушнової:

Журналістика — це те середовище, яке мало б фахово дискутувати ці питання 24/7 і зацікавлювати цією дискусією найрізноманітніші аудиторії: хто ми такі і як ми розповідаємо про себе світу. Адже саме журналісти фіксують дійсність, описують її, відслідковують те, що в філософії називають зміною дискурсу — взаємозалежність мовлення / мислення і контексту. Питання, яким часто починалися розмови про українців за кордоном «Чим українська культура (мова) відрізняється від російської»? Тектонічні зміни обставин, що їх спричинила війна Росії проти України, виводять такий тип питання (мислення) в розряд аморальних, неприйнятних. Наша культура / мова цінна априорі, сама по собі вже тому, що вона існує. І журналістика — це той спецзагін, який усвідомлює цю зміну і розповсюджує її в мову і в мислення. (Пушнова, 2022)

Журналіст працює в першу чергу з інформацією, а отже, й

розвиток суспільства характеризується дедалі зростаючою роллю інформаційної сфери, що є сукупністю інформаційних ресурсів, інформаційної інфраструктури, системи формування, розповсюдження й використання інформації, а також системи регулювання виникаючих при цьому суспільних відносин. Уперше в історії визначальним напрямком сучасного етапу суспільного розвитку є прогрес в інформаційних комунікаціях і когнітивних технологіях. (Данильян, Дзобань, 2022, с. 28)

Цифровізація, доступність комунікативних платформ і технологій / інструментів створення аудіовізуального контенту спричинили вибух популярності відеохостингу YouTube, соцмереж Facebook (reels), Instagram, TikTok. Потужний вплив аудіовізуального контенту на формування гуманістичних цінностей, моральних пріоритетів і розуміння картини світу сучасною людиною — факт нашого часу. Розрізняти реальність і медіа-реальність стає все складніше, а розповсюдження аудіовізуальної інформації конвергентними медіа й «UGC-user general content — користувачький контент» (Закон про медіа, 2022) створили світ, у якому панують «наративи і симулякри» (Бодрійар, 2004, с. 12). «Ці ерзаці реальності “в руках” заангажованих пропагандистів і маніпуляторів формують уявлення масової аудиторії аудіовізуальних медіа про ті чи інші події, явища, вчинки людей» (Лісневська, Фруктова, 2022, с. 164). Отже, російський ворог розпочав гібридну війну не 24 лютого 2022 року і не у 2014 році, а набагато раніше. Розповсюдження російських міфів і наративів в українському медіапросторі (також і в царині культурної журналістики) відбувалось непомітно й поступово. Проблема творення національної самосвідомості та національної ідентичності гостро поставала в періоди інформаційної експансії й просування ворожих наративів на українських телеканалах проросійських олігархів.

З початку повномасштабного вторгнення консолідація українського суспільства стає умовою зміцнення національної самосвідомості та нового етапу творення національної ідентичності. У своїй публікації Ю. Овсяник наводить думку Є. Бистрицького, згідно з якою

ідентичність найкраще проявляється і усвідомлюється на кордонах: я більше усвідомлюю, хто є я, коли зустрічаюся з іншою ідентичністю. Або коли з'являється супротивник. У війнах, які вів Хмельницький, Мазепа, ми постійно мусили відстоювати свою ідентичність. Тепер маємо такий самий історичний момент, адже йде війна з Росією. (Збруч, 2021)

Лідери думок, серед яких українські митці, артисти, письменники, філософи, активно виступають у медіапросторі за позбавлення унікальної української культури колоніального й постколоніального минулого, влаштовують мистецькі акції в Україні й за кордоном, створюють власні ютуб-канали й відеопроєкти. Під час різноманітних виставок, перформансів, концертів, вистав за кордоном репрезентуються зразки української культури і мистецтва.

Завдання культурної журналістики — висвітлювати зазначені явища в усіх можливих журналістських жанрах і форматах. Проте в науковій літературі український культурний медіапростір та вплив аудіовізуального контенту, на жаль, представлені недостатньо і потребують комплексної

оцінки й аналізу. Ситуація поступово змінювалась протягом восьми років у зв'язку з подіями Євромайдану й АТО у 2014 році та повномасштабним вторгненням РФ в Україну у 2022 році. Згадані події не лише реактивізували роль культури в просуванні українських цінностей, активізували процес формування національної ідентичності, а й помітно увиразнили активну і відповідальну роль журналістів, культурних критиків, інтелектуалів, які з часом перетворились на професійну спільноту експертів і лідерів думок. Сьогодні в Україні й світі фіксуються сплеск інтересу суспільств різних країн до нашої культури і, як результат, активність журналістів у репрезентації культурної тематики за кордоном.

Питання національної ідентичності та самовідомості досліджували науковці і в Україні, й у світі: Є. Бистрицький, В. Буяшенко, Ю. Головаха, Я. Грицак, М. Кулик, В. Котигоренко, М. Попович, В. Татенко, Ю. Хабермас. Чимало науковців і журналістів-практиків досліджують питання висвітлення журналістами культурної тематики, серед них Х. Дацишин, В. Галацька, Л. Монич, Т. Пушнова, С. Фіялка. Філософсько-культурологічний і психологічний аспект дослідження медіапростору та впливу інформації на масову свідомість висвітлено в роботах провідних українських і закордонних науковців Г. Боема, Н. Больца, С. Зонтанга, У. Еко, У. Ільницької, Г. Мелюхіна, Л. Найдьонові, Р. Паркера, Дж. Б. Томпсона. Цікавими є дослідження щодо впливу аудіовізуального та відеоконтенту на масову свідомість З. Алфьорової, С. Безклубенка, Ж. Бодрійара, В. Горпенка, Г. Десятника, І. Д. Моя, М. Ордольфа, І. Побєдосцевої, Г. Чміль.

Для розуміння сутності питання розглянемо особливості національної ідентичності як живого процесу. У своїй статті в Енциклопедії сучасної України О. Стегній зазначає:

Дефініція «національна ідентичність» визначається як широкий комплекс індивідуалізованих і неіндивідуалізованих міжособистісних зв'язків та історичних уявлень, який становить основу самоідентифікації окремих осіб та груп людей з певною нацією як самобутною спільнотою, що має свою історичну територію, історичну мову, історичну пам'ять, культуру, міфи, традиції, національну ідею. (Стегній, 2021)

Тобто національна ідентичність — це відчуття належності людини до певної нації. Проте, на думку В. Буяшенко, формування національної ідентичності — процес складний і неоднозначний, адже ускладнюється тим, що

в умовах інтеграції (прагнення України до вступу в ЄС) і водночас атомізації (ствердження незалежної державності України) повинен здійснюватися водночас у двох просторах — власної суб'єктивної ідентичності (ідентифікація

себе як вільного громадянина незалежної держави) і колективної (ідентифікація себе як представника певної спільноти — нації). Історія тривалої бездержавності українців, панування тоталітарних режимів, заборона на все «українське» не створюють сприятливих умов для ідентифікації українців ні в першому, ні в другому просторах. Десятиріччя незалежного «броунівського руху» державності призвело до пасивності й байдужості українців. (2005, с. 148)

У своєму інтерв'ю на медіаплатформі «Радіо Свобода» В. Котигоренко наводить такі результати соціологічного дослідження:

Майже 40 % українців у 2020 році ще шукали свою ідентичність, свідчить опитування Інституту соціології НАН України 2020 року. Більшість ідентифікували себе як громадян України (61,7 %), але чимало — як жителів якогось села, міста, області (27,4 %), а ще невелика частина бачила себе громадянами колишнього СРСР (3,4 %). (Котигоренко, 2022)

Ю. Головаха зазначає, що національна ідентичність має три складові — це ставлення до минулого, сучасного і майбутнього нації, належність до якої ти відчуваєш (Луканська, 2021), а одним із її маркерів є мова. На початку 2023 року В. Кулик оприлюднив такі дані:

Після повномасштабного вторгнення РФ найважливішою зміною в українському суспільстві стало те, що більшість громадян говорять у повсякденному житті переважно українською мовою. Відповідно скоротилась кількість тих, хто розмовляє російською. <...> У грудні 2022-го 41 % респондентів сказали, що спілкуються виключно українською мовою, ще 17 % — «у більшості ситуацій» українською, натомість тільки російською говорять 6 %, а переважно російською — 9 % (ще 24 % сказали, що вживають обидві мови «рівною мірою»). Порівняно з 2017-м частка повних і переважних україномовців збільшилася на 8 %, а частка російськомовців зменшилася аж на 11 %. Головне, що змінилося за ці вісім років (і особливо за останній рік) — це різке збільшення частки людей, які вважають російську мову взагалі неважливою: нині їх аж 58 %, тоді як 2014-го було 9 %. (Кулик, 2023)

Головним завданням культурної журналістики є висвітлювання культурної та мистецької тематики в медіапросторі за напрямками «сучасне мистецтво, збереження, дослідження і репрезентація культурної спадщини, культурні політики та їх національна і локальні реалізації, релігійні практики і функціонування релігійних інституцій, економіка креативних індустрій, репрезентація

української культури за кордоном» (Пушнова, 2022).

Зазначені напрями набувають особливих сенсів у воєнний час, коли існує небезпека знищення української нації, її культури, історії. Взаємопроникнення журналістики й культури є предметом наукового зацікавлення. У зв'язку з оновленням підходів до культури та її ролі в суспільстві, поняття мистецької / культурної журналістики також почали трактувати набагато ширше. Тепер усе частіше йдеться про боротьбу за культурні цінності й культурні зрушення, які приводять до політичних і соціальних змін. Висвітлення в медіа культурної тематики має тісний зв'язок із культурно-історичним процесом, а отже, й питаннями національної ідентичності.

Місце аудіовізуального контенту в культурній журналістиці воєнного часу стає важливим, коли йдеться про українську культуру і маркери національної ідентичності. У наших попередніх дослідженнях ми визначили, що

аудіовізуальний медіапростір використовує арсенал журналістських жанрів та форматів, який відповідає потребам суспільства на різних етапах його розвитку та орієнтований на ту частину аудиторії, інтересам та цінностям якої відповідає. Майже всі журналістські екранні жанри в сучасних умовах набувають трансформації — взаємодіючи із іншими жанрами, або ж із творчою ідеєю автора, чия присутність у тележурналістиці нині — один із чинників, які визначають дієвість та ефективність матеріалу. В свою чергу світ медіа пластично пристосовується до тенденцій і суспільних резонансів. (Лісневська, 2019 с. 146)

До повномасштабного вторгнення тематику журналістики культури складала переважно «таблоїдне паразитування на брэндах поп-культури, афіша подій, скандальні забудови чи пожежі архітектурних пам'яток». Під час війни ситуація в цій царині починає змінюватись. До прикладу, погляньмо на телевізійні канали, що працюють у форматі «Єдиного марафону». Інтернет-видання «Детектор медіа» регулярно робить аналіз його контенту. Згідно з моніторингом обговорення тем культури в ефірі «Єдиного марафону» займає четверте місце. Найбільше цій темі приділяють увагу канали «1 + 1» та ICTV/СТБ (Пушнова, 2022). Проте й досі в українському медіапросторі спостерігається ситуація, коли матеріали на тему культури не мають стільки переглядів, як ті, у яких йдеться про політику чи події з фронту, що логічно і зрозуміло. За інформаційним запитом Google останню публікацію щодо журналістики культури той самий «Детектор медіа» розмістив на сайті у 2021 році під назвою «Як дорослішала культурна журналістика» (Клименко, 2021). Зміст телевізійного стриму «Єдині новини», який триває вже понад 14 місяців, відображає головну

актуальну тему / проблему українського світу — війну з РФ. Також більшість аудіовізуального контенту в українському та глобальному медіапросторі (за цільовою аудиторією та актуальністю інформації) — це розмовні інформаційно-аналітичні формати: відеоблоги експертів, аналітиків, журналістів, лідерів думок із відповідної тематики воєнного часу — Т. Березовця, С. Жданова, В. Портнікова, С. Стерненка й інших.

Багаторічні дослідження довели, що за допомогою аудіовізуального контенту в медіа твориться нова екранна реальність, у якій формуються система цінностей, світогляд, естетичні й етичні смаки, розуміння індивідом світу і свого місця в ньому, відбувається його ідентифікація як частини нації. Проте висвітлення культурної тематики в аудіовізуальній формі в українських медіа має несистемний характер, більшість редакторів і журналістів вважають недоцільним із таких матеріалів формувати порядок денний. Частіше можна натрапити на інформаційні повідомлення й огляди з культурної тематики або резонансних подій, із цим пов'язаних, у текстово-візуальній / конвергентній формі (із частковим використанням відео). Іноді можна побачити аудіовізуальний формат інформаційних повідомлень і коментарів. Наприклад, у студії ТСН («1 + 1») 13 лютого 2023 року транслювалось пряме включення журналістки Я. Груші-Поссамай і Т. Тополі з презентації пісні «Фортеця Бахмут» українським гуртом «Антитіла» на музичному фестивалі в Сан-Ремо. Проте назва матеріалу (як і в багатьох інших медіа) була пов'язана в першу чергу зі скандалом — заборонною виступу президента України В. Зеленського в Італії (ТСН, 2023, 13.02). Отже, нібито одне із завдань культурної журналістики — репрезентація українського мистецтва за кордоном — виконане, але матеріал побудовано на сенсаційному інформприводі. Так само було і з висвітленням прем'єри музичного кліпу зі спільним виступом світової зірки Еда Ширана (Ed Sheeran) і Т. Тополі (гурт «Антитіла») на тлі зруйнованого будинка культури в Ірпені. Завдяки пісні 2step й імені зірки світового рівня журналісти майже всіх українських медіа через мистецькі форми нагадали світу, із чим доводиться стикатися тисячам українських родин, які тікають від війни. Багато українських та світових медіа створили аудіовізуальний контент і конвергентну форму подачі зазначеної події.

Так само і з пісню-символом українського спротиву «Червона калина», яку А. Хливинок (фронтмен групи «Бумбокс») і легендарна група Pink Floyd виконали разом завдяки сучасним технологіям (ТСН, 2022, 7.04): майже всі світові й українські медіа декілька тижнів висвітлювали в аудіовізуальній формі цю подію, яка відіграла ключову роль у формуванні національної ідентичності українців. Нагадаємо, це відбулось на початку війни — 7 квітня 2022 року.

Також можна відзначити подієві відеосюжети та репортажі про перемогу Kalush Orchestra на

Євробаченні 2022 (Eurovision Ukraine official, 2022, 15.05) або відкриття виставки у Львові «Музи не мовчать» (витвори мистецтва як рефлексія на війну в Україні) (Espresso.TV, 2022, 16.06). Висвітлювання цієї події у квітні 2022 року (наприклад, Espresso.TV) в аудіовізуальній формі в сюжеті «Музи не мовчать: у Львові показали мистецтво воєнного часу» через коментар комісара проекту Б.Гойя дало можливість чітко визначити мету цього важливого мистецького проекту, у якому брали участь художники, музиканти, архітектори. Подібними за силою впливу були й сюжети ICTV, наприклад «Українське мистецтво врятувала Іспанія» про відкриття виставки «У центрі бурі. Модернізм 1900–1930 років». Отже, телеканали переважно висвітлюють тему культури через подієві сюжети, проте можливості динамічного відео набагато потужніші в художньо-публіцистичних жанрах.

Звичайно, аудіовізуальна форма складна й затратна у виробництві. Проте вона є потужним важелем впливу на аудиторію для просування українських цінностей і формування національної ідентичності в суспільстві. Створення й поширення аудіовізуального контенту в інформаційно-комунікаційному просторі сьогодні пов'язане з його глобалізацією. Розрізнити реальність і медіареальність у ковідні часи та життя онлайн у воєнний час стає все складніше. Фіксація світу у відеозображенні за допомогою гаджетів доступна практично кожному, адже «Web 3.0 надає можливість користувачу інтернетом бути співавтором журналістських матеріалів, транслювати реальність онлайн у соцмережах, бути власником каналу на відеохостингу YouTube, створювати та бути співавтором аудіовізуального контенту» (Мой, Ордольф, 2019, с. 205). Журналістика аудіовізуальних медіа та звичайні користувачі поширюють в інформаційному просторі аудіовізуальний продукт, який масовий споживач ототожнює з реальним життям, адже у екрані будь-якого гаджета все відбувається, як у житті. Отже, більшість авторів і виробників аудіовізуального контенту з культурної та мистецької тематики — це відеоблогери, митці тієї чи тієї галузі, письменники, фонди. Висвітлення зазначеної тематики потребує спеціальної підготовки журналіста, бажано культурологічного або мистецького фаху. Наприклад, цікавим є цикл «Уроки історії» у «Сніданку з 1+1» з ведучим Артуром Бабенком — учителем історії. Концепція проекту відповідає запитам українського суспільства, в аудіовізуальному контенті використовуються верифіковані джерела та фактологічна основа, яку викладає експерт. Робота виробників професійного медіа з мільйонною аудиторією в зазначеному проекті вкрай важлива для формування національної ідентичності українців (Сніданок з 1+1, 2023, 17 березня). Варто зазначити, що якісний аудіовізуальний контент медіа «1+1» у рік війни поповнений і продовженням проекту Акіма Галімова

«Реальна історія». На 10 квітня 2023 року кількість переглядів сягнула 1,3 млн. До створення видовищного аудіовізуального проекту було залучено таких шановних експертів, як Михайло Відейко, доктор історичних наук, голова наукової ради Музею Становлення української нації, та Олег Бажан, старший науковий співробітник Інституту історії України НАН України (Реальна історія, 2023, 10 березня).

Поодинокі приклади програмного концептуального продукту свідчать про складність і великі затрати на аудіовізуальне виробництво. Водночас доступність технологій аудіовізуального виробництва та комунікаційних платформ поширення відеопродукту, російська агресія та відповідно спротив українців, потреба звернення до власної культури й історії, відокремлення себе від усього імперського російського різко збільшили кількість аудіовізуального контенту з культурної та історичної тематики в аматорському сегменті. Варто згадати інтерв'ю С. Жадана, С. Вакрчука, А. Роговцевої, ютуб-канали письменників братів Капранових (Брати Капранови, 2023, 4 лютого), літературного критика Є. Стасіневича (Харківський літмузей, 2022, 2 липня) та історика О. Алфьорова (Алфьоров, 2022). Також відеоконтент про мистецтво й культуру на відеохостингу YouTube має Національний центр «Український Дім», який є відкритим майданчиком для суспільно актуального публічного діалогу (Національний центр «Український дім», 2023, 7 квітня). Багато молодих українських ютуберів-аматорів сьогодні також дуже активні у справі створення та просування подібного контенту, наприклад молодіжний аудіовізуальний проект «Культуртригер» (Культуртригер, 2023, 15 лютого). Але при цьому створення і поширення подібних проєктів професійними медіа мають несистемний характер і переважно конвергентну форму.

Цікавим є приклад діяльності Національного інформагентства Укрінформ у напрямі подієвої журналістики культури, проте традиційно воно не спеціалізується на аудіовізуальному контенті, а отже, його відео мають набагато менше переглядів, ніж у аматорів, які доволі часто подають матеріал нефахово, без залучення експертів, висловлюючи суб'єктивну думку з «топової» сьогодні теми української культури та історії. «Кілометри» аматорського відео ми можемо зустріти на відеохостингу YouTube, який завдяки гарно опанованій системі поширення і SMM має багато переглядів, а отже, відбувається хибне й необ'єктивне творення реальності в масовій свідомості споживачів аудіовізуального продукту з культурної тематики.

Цікавими є аудіовізуальні проєкти, які виникли в середовищі майбутніх медійників як потреба авторів у фіксації фактів і висловлюванні рефлексії на події повномасштабного вторгнення, як-от аудіовізуальний проєкт із рефлексіями студентів на початку війни, який було реалізовано

в Київському університеті імені Бориса Грінченка «Інше життя. Війна». Він має цікавий художньо-публіцистичний формат, у якому фактаж пережитих жахів війни в житті авторів втілюється в монологи, роздуми, репортажі з фактологічним матеріалом (Астудія, 2023)

Це проект-сповідь, особиста рефлексія про війну в Україні, проживання емоцій, думок через аудіовізуальну природу фіксації дійсності. Фіксація подій і глобальних змін у житті грінченківців забезпечила екзистенційну рефлексію майбутніх медійників в аудіовізуальному форматі на широкий загал через медіа університету (Астудія, Словопис, Live is true). Місія проекту — звернути увагу суспільства на відчуття і переживання під час повномасштабної війни, сприяти розвитку національної самосвідомості й ідентичності. *Унікальність проекту* полягає в особливості формату контенту — це об'єднані навколо однієї теми рефлексії студентів-журналістів про пережиті події. Цей проект документує реальні емоції та події з перших вуст, аби винести це на широкий загал, тим самим зробивши студентів активними учасниками інформаційного фронту. Перша відеорефлексія на сторінці Facebook була опублікована 18 квітня 2022 року, остання — 20 червня 2022 року, таким чином, етап реалізації тривав протягом двох місяців. Найбільше матеріалів було опубліковано в травні 2022 року.

Відеопродукти тривалістю 1–2 хвилини — це особисті історії, репортажний або публіцистичний виклад думок, заснованих на фактах щодо змін у життєвому сенсі студента на початку війни. Використано також фотофільм або зарисовку, але з неповторними емоціями голосу — закадрового тексту автора. Кожному аудіовізуальному твору притаманні риси художньо-публіцистичного характеру: метафоричність, узагальненість, багатозначність зображально-виражальних засобів. Аудіовізуальний контент студентського проекту має програмний характер і загальну стилістику відео й шрифту заставок. Проект «Інше життя. Війна», представлений студентськими рефлексіями, не є журналістським у класичному розумінні, проте в ньому все ж наявні особливості, характерні для журналістики: актуальність, документальна точність, автор — очевидець події, деякі матеріали мають ознаки репортажу. Усі матеріали об'єднує аудіовізуальна форма.

У підсумку можна зазначити, що під час повномасштабного вторгнення РФ гостро постало питання ролі культурної журналістики в переважанні цінностей, консолідації українського суспільства, зміцненні національної самосвідомості та творенні національної ідентичності. Багаторічні дослідження аудіовізуального контенту довели потужність його впливу на процеси формування цінностей і світогляду масової аудиторії, проте в культурній журналістиці цей сегмент медіапростору задіяний недостатньо. Фіксується незначна кількість аудіовізуальних жур-

налістських творів художньо-публіцистичних жанрів, проте доступність технологій і комунікаційних платформ зумовила вибух та засилля аматорського аудіовізуального контенту з тематики української культури й історії. Аналіз сучасного медіапростору підводить до висновку, що відбувається гібридизація жанрів у ситуативні формати і бурхливий розвиток українського відеоблогерства з тематики української культури й історії. Отже, зазначені процеси свідчать про активізацію творення національної ідентичності сьогодні.

Покликання

- Астудія. (2022). *Інше життя. Війна* [Плейлист]. YouTube. <https://youtube.com/playlist?list=PLXpm9hSPU9RMwqBuLuYiWok5r-a2EMPrVl>
- Бодрійар, Ж. (2004). *Симулякри і симуляція*. Основи.
- Брати Капранови. (2023, 4 лютого). *Навіщо українцям власний погляд на історію* [Канал]. YouTube. <https://youtube.com/@user-pr5qw7pv1d>
- Буяшенко, В. (2005). Національна самосвідомість українців: проблема самоідентифікації. *Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту українознавства*, 4, 144–151.
- Данильян, О., & Дзобань, О. (2022). Інформаційна безпека людини і суспільства в сучасних соціокультурних умовах (с. 28–71). У О. Курбан, А. Лісневська (Ред.), *Інформаційно-комунікаційна безпека: сучасні тренди*. Київський університет ім. Б. Грінченка.
- Закон про медіа. (2022, 31 грудня). *Національна рада з питань телебачення і радіо*. <https://www.nrada.gov.ua/opublikovanozakon-ukrayiny-pro-media/>
- Клименко, В. (2021, 8 грудня). Як дорослішала культурна журналістика. *Детектор медіа*. <https://detector.media/community/article/194567/2021-12-08-yak-doroslishala-ukrainska-kulturna-zhurnalistyka/>
- Конкурс «Sanremo» в Італії. Виступ гурту «Антитіла» і скандал з Зеленським. (2023, 13 лютого). *TCH*. <https://tsn.ua/video/video-novini/skandal-cherez-vistup-zelenskogo-i-gurtu-antitila-konkurs-sanremo-v-italiyi.html>
- Котигоренко, В. (2022, 28 липня). Ідентичність: як розуміти, що я — українець? *Національна академія наук України*. <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=9304>
- Кулик, В. (2023, 7 січня). Мова і ідентичність в Україні на кінець 2022 року. *Збруч*. <https://zbruc.eu/node/114247>
- Культуртригер. (2023, 15 лютого). *Ніч яка місячна: як росіяни зіпсувати наш пісню* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hFs96jvSdrs>
- Лісневська, А. (2019). Storytelling transmedia в аудіовізуальному контенті. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії* (с. 146–153).
- Лісневська, А., & Фруктова, Я. (2022). Ризики маніпулятивного впливу аудіовізуального контенту цифрових медіа в добу постправди. У О. Курбан, А. Лісневська, *Інформаційно-комунікаційна безпека: сучасні тренди* (с. 160–210). Київський університет ім. Б. Грінченка.
- Лукашук, А. (2021, 19 серпня). Національна свідомість — це ключове питання для суспільства (Ю. Головаха). *Голос України*. <http://www.golos.com.ua/article/350002>
- Мой, Д., & Ордольтф, М. (2019). *Телевізійна журналістика: Практична журналістика*. Академія української преси.
- Національний центр «Український дім». (2023, 7 квітня). *Театр. Культурний код Маріуполя* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=i1J3T4639X8>
- Овсяник, Ю. (2021, 20 вересня). *Ідентичність: змінна і константа*. Збруч. <https://zbruc.eu/node/107659>
- Олександр Алфьоров. (2022). *Історія. Це те, що я люблю* [Канал]. YouTube. <https://www.youtube.com/@OleksandrAlforov>
- Перший трек за 28 років: Pink Floyd спільно з Хливнюком випустили пісню на підтримку України (2022, 7 квітня). *TCH*. <https://tsn.ua/ato/pershiy-trek-za-28-rokiv-pink-floyd->

- spilno-z-hlivnyukom-vipustili-pisnyu-na-pidtrimku-ukrayini-2031661.html
- Пушнова, Т. (2022). Журналістика культури: чому вона важлива під час війни: квітень 2022 року. *Journalism Teachers' Academy*. <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/zhurnalistyka-kultury-chomu-vona-vazhlyva-pid-chas-viyny-konspekt-vebinaru-tetiany-pushnovo/>
- «Реальна історія» з Акімом Галімовим. (2023, 10 березня). *Як Тарас Шевченко став українським ідолом?* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kxqh-0rnhRo>
- Слава Україні: історія виникнення гасла, яке сьогодні знає кожен у світі (2023, 17 березня). *TCH*. <https://www.youtube.com/watch?v=ifPIZnZtZGO>
- Стасіневич, Є. (2023, 2 липня). Харків стоїть. Харківський літмузей з вами. *Харківський літмузей*. <https://fb.watch/jXS3LDCefA>
- Стегній, О. (2020). *Національна ідентичність*. Енциклопедія Сучасної України. <https://esu.com.ua/article-71062>
- Espresso.TV. (2022, 16 червня). *Музи не мовчать: у Львові показали мистецтво воєнного часу* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OmYUFGlzMxU>
- Eurovision Ukraine official. (2022, 15 травня). *Як це було: Kalush Orchestra перемогли у фіналі Євробачення-2022* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KHvN51khWjC>
- novini/skandal-cherez-vistup-zelenskogo-i-gurtu-antitala-konkurs-sanremo-v-italiyi.html
- Kotyhorenko, V. (2022, July 28). *Identychnist: yak rozumity, shcho ya — ukrainets? Natsionalna akademiia nauk Ukrainy*. <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=9304>
- Kulturtryher. (2023, February 15). *Nich yaka misiachna: yak rosiiany zipsuvaty nash pisniu* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hFs96JvSdrs>
- Kulyk, V. (2023, January 7). *Mova i identychnist v Ukraini na kinets 2022 roku*. Zbruch. <https://zbruc.eu/node/114247>
- Lisnevskaya, A. (2019). *Storytelling transmedia v audiovizualnomu kontenti. Zhurnalistyka ta reklama: vektory vzaemodii* (pp. 146–153).
- Lisnevskaya, A., & Fruktova, Ya. (2022). *Ryzyky manipulyativnoho vplyvu audiovizualnoho kontentu tsyfrovoykh media v dobu postpravdy*. In O. Kurban, A. Lisnevskaya, *Informatsiino-komunikatsiina bezpeka: suchasni trendy* (pp. 160–210). Borys Grinchenko Kyiv University.
- Lukanska, A. (2021, August 19). *Natsionalna svidomist — tse kliuchove pytannia dlia suspilstva* (Y. Holovakha). *Holos Ukrainy*. <http://www.golos.com.ua/article/350002>
- Moi, D., & Ordolff, M. (2019). *Televiziina zhurnalistyka: Praktychna zhurnalistyka*. Akademiia ukrainskoi presy.
- Natsionalnyi tsentr «Ukrainskyi dim». (2023, April 7). *Teatr: Kulturnyi kod Mariupolia*. https://www.youtube.com/@ukrainskyi_dim/videos
- Oleksandr Alforov. (2022). *Istoriia. Tse te, shcho ya liubliu* [Channel]. YouTube. <https://www.youtube.com/@OleksandrAlforov>
- Ovsianyk, Yu. (2021, September 20). *Identychnist: zminna i konstanta*. Zbruch. <https://zbruc.eu/node/107659>
- Pershii trek za 28 rokiv: Pink Floyd spilno z Khlyvniukom vypustyli pisniu na pidtrymku Ukrainy (2022, April 7). *TSN*. <https://tsn.ua/ato/pershii-trek-za-28-rokiv-pink-floyd-spilno-z-hlivnyukom-vipustili-pisnyu-na-pidtrimku-ukrayini-2031661.html>
- Pushnova, T. (2022). *Zhurnalistyka kultury: chomu vona vazhlyva pid chas viyny: kviten 2022 roku. Journalism Teachers' Academy*. <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/zhurnalistyka-kultury-chomu-vona-vazhlyva-pid-chas-viyny-konspekt-vebinaru-tetiany-pushnovo/>
- “Realna istoriia” z Akimom Halimovym. (2023, Marth 10). *Yak Taras Shevchenko stav ukrainskym idolom?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kxqh-0rnhRo>
- Slava Ukraini: istoriia vynyknennia hasla, yake sohodni znaie kozhen u sviti (2023, Marth 17). *TSN*. <https://www.youtube.com/watch?v=ifPIZnZtZGO>
- Stasinevych, Ye. (2023, 2 lypnia). *Kharkiv stoit. Kharkivskiy litmuzei z vamy. Kharkivskiy litmuzei*. <https://fb.watch/jXS3LDCefA>
- Stehniy, O. (2020). *Natsionalna identychnist. Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy*. <https://esu.com.ua/article-71062>
- Zakon pro media (2022, December 31). *Natsionalna rada z pytan telebachennia i radio*. <https://www.nrada.gov.ua/opublikovano-zakon-ukrayiny-pro-media>

Alina Lisnevskaya

Borys Grinchenko Kyiv University, Ukraine

Ruslana Novykova

Borys Grinchenko Kyiv University, Ukraine

AUDIOVISUAL CONTENT OF CULTURAL JOURNALISM IN WARTIME: TO THE ISSUE OF NATIONAL IDENTITY

The research relevance is defined by the mission of cultural journalism that is clearly aware of the changes in society's values and historical topics, modern narratives of Ukrainian culture, language, and history both for the domestic consumer and abroad. The research subject is the audiovisual content of the Ukrainian media space, which is represented by a community of media professionals, amateurs, and video bloggers. This is due to the simplification of video production technologies and the availability of communication platforms for the distribution of audiovisual content. The aim of the research is to consider the impact of cultural journalism in the form of audiovisual content on the processes of creating national identity and self-awareness of

Ukrainians during the war. The methods of content analysis, cultural and semantic analysis were used to achieve the goal.

As a result of the research, the special role of wartime cultural journalism in the process of creating national identity was proved. It should also be taken into account that long-term research into the nature of an audiovisual work has proven the power of its influence on the processes of forming values and the worldview of a mass audience, however, this segment of the media space is not used enough in cultural journalism today.

The majority of audiovisual content in the media today consists of conversational informational and analytical formats like video blogs of experts, analysts, and opinion leaders on relevant wartime topics. Many young Ukrainian YouTube amateurs create and promote such content very actively. At the same time, the creation and distribution of similar projects by professional media have a non-systematic nature, often a convergent form. On the one hand, the simplification of video production technologies and the availability of communication platforms led to the explosion and distribution of amateur audiovisual content on the topics of Ukrainian culture and history. On the other hand, insufficient attention of journalists and editors of Ukrainian media to audiovisual journalistic works of artistic and journalistic genres on the relevant subject is observed. Hybridization takes the place of genres into situational formats and the rapid development of cultural journalism and video blogging covering the topics of Ukrainian culture and history. The specified processes testify to the effectiveness of the factors of national identity creation in the media space today and outline the perspective of research on the specified problem.

Keywords: audiovisual content; media space; cultural journalism; national identity.

Стаття надійшла до редколегії 14.04.2023