

УДК 165.21-028.22:351.858(=161.2)]"18/20"(045)

Цитування:

Кислюк К. В. Трансформація образу «мальовничого українського села» як візуальної репрезентації деяких особливостей національного характеру наприкінці XIX – поч. XXI ст. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. 2022. № 1. С. 17-23.

Кислюк Костянтин Володимирович,
доктор культурології, професор,
професор кафедри культурології
Харківської державної академії культури
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9092-6808>
k_k_v@ukr.net

Kysliuk, K. V. (2022). Transformation of the frame of the «picturesque Ukrainian village» as a visual representation of some features of national character in the late XIX – early XXI century. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 1, 17-23 [in Ukrainian].

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ «МАЛЬОВНИЧОГО УКРАЇНСЬКОГО СЕЛА»
ЯК ВІЗУАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ДЕЯКИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНОГО
ХАРАКТЕРУ НАПРИКІНЦІ XIX – ПОЧ. XXI ст.**

Метою статті є зіставлення деяких візуальних фреймів, виплджених нарративними уявленнями про український національний характер у XIX–XX ст., з візуальними репрезентаціями цих уявлень у популярних в Україні соціальних медіа і мережах у першій чверті XXI ст. **Методологія дослідження** поєднує кількісні (контент-аналіз, статистичні підрахунки) і якісні (структурно семіотико-семантичний аналіз) методи з культурологічною інтерпретацією результатів. **Наукова новизна** полягає у встановленні зовнішніх і внутрішніх видозмін у візуальних репрезентаціях українського національного характеру в соціокультурному контексті наводогінної модернізації. **Висновки.** Образ «мальовничого українського села» як візуальна репрезентація провідних особливостей українського національного характеру — «емоціоналізм і сентименталізм, чутливість та ліризм» й почасти «індивідуалізм» (Д. Чижевський) було сформовано в образотворчому мистецтві кінця XIX ст. У поширених в Україні на початку XXI ст. соціальних медіа і мережах він зазнав лише несуттєвих внутрішніх трансформацій (зміна ракурсу зображення, зростання масштабності того, що зображується, розширення ландшафтної складової). Натомість відбувається зовнішня його трансформація в глобальний медіапродукт. Це унаочнює незавершеність модернізації України, консервацію значимого домодерного складника в її культурі.

Ключові слова: «мальовниче українське село», національний характер, наративи, візуальні репрезентації, образотворче мистецтво, соціальні медіа.

Kysliuk Kostiantyn, Sc. D. of Culturology, Professor, Professor of the Department of Cultural Studies, Kharkiv State Academy of Culture

Transformation of the frame of the «picturesque Ukrainian village» as a visual representation of some features of national character in the late XIX – early XXI century

The purpose of the article is to compare some visual frames, produced by narrative ideas about the Ukrainian national character in the XIX-XX centuries, with visual representations of these ideas in popular Ukrainian social media and networks in the first quarter of the XXI cent. **The research methodology** combines quantitative (content analysis, statistical calculations) and qualitative (structural semiotic-semantic analysis) methods with culturological interpretation of the results. **The scientific novelty** lies in the establishment of external and internal changes in the visual representations of the Ukrainian national character in the socio-cultural context of «secondary» modernization. **Conclusions.** The frame of the «picturesque Ukrainian village» as a visual representation of the leading features of the Ukrainian national character — «emotionalism and sentimentalism, sensitivity and lyricism» and partly «individualism» (D. Chizhevsky), has been created in the fine arts of the late XIX cent. In Ukraine at the beginning of the XXI century in the popular social media and networks, this frame has changed only insignificant internally (changing the perspective of the image, increasing the scale of the image, expanding the landscape component). Instead, its external transformation into a global media product was taking place. This transformation indicates the incompleteness of the modernization processes in Ukraine, the conservation of a significant pre-modern component in its culture.

Key words: "picturesque Ukrainian village", national character, narratives, visual representations, fine arts, social media

Актуальність теми дослідження. За півтора століття осмислення особливостей українського національного характеру здійснювала найавторитетніша вітчизняна літературно-наукова традиція (М. Костомаров, М. Грушевський, Д. Чижевський, І. Огієнко, Ю. Липа, В. Липинський, Д. Антонович, І. Мірчук, О. Домбровський, О. Кульчицький, Є. Маланюк, І. Лисяк-Рудницький, М. Шлемкевич, В. Янів, О. Прицак, О. Субтельний, О. Теліга, Н. Королева, С. Парфанович, Г. Черінь, Д. Мельникович-Рихтицька, Л. Богуславець, В. Вовк та ін.). Проте не до кінця з'ясовано є проблема змін в українському національному характері під впливом процесів навздогінної модернізації. Для дослідження цих явищ дотепер використовується переважно нарративний підхід, зрідка доповнений окремими кількісними даними соціологічних досліджень. Однак на третьому чи четвертому десятилітті візуального повороту в культурі дедалі доречнішим видається застосування методології візуальних досліджень.

Аналіз досліджень і публікацій. Доводиться констатувати водночас невисокий рівень дослідженості візуальних репрезентацій культури в самій Україні і сформованість евристично спроможної методології таких досліджень у західній інтелектуальній традиції. Наприклад, у статті М. Махортиха та М. Сидорової, виявленій у наукометричній базі «Scopus», показано механізми продукування візуальних фреймінгів конфлікту на Сході України на матеріалах двох (проукраїнської та проросійської) груп у «Вконтакте». Авторами підраховано для кожної спільноти окремо частоту повторюваності типових образів за 15 позиціями, циклічність їх розміщення, гендерні та вікові особливості персонажів у контенті, сприйняття аудиторією кожної з позицій, що зображується. Автори дійшли висновків про «принципові відмінності у візуальному поданні конфлікту проукраїнськими та проросійськими користувачами» [2, 376]. В іншій статті з цієї бази «Висвітлення революції: роль соціальних медіа в українському Євромайдані» на основі аналізу активності користувачів соціальної мережі Facebook у цей період висновано про самоконцептуалізацію свого суспільного руху з точки зору внутрішніх проблем і антирежимної революції, а не геополітичного

перехрестя між ЄС і Росією [3]. У вітчизняній літературі подібні публікації відсутні, проте аналізується висвітлення схожих питань засобами художньої культури. Так, у колективній монографії науковців ІМФЕ ім. М. Т. Рильського розглянуто «проблему національної ідентичності в українській музичній культурі» [11].

Мета дослідження. У нашій статті маємо намір виконати зіставлення деяких візуальних фреймів, виплджених нарративними уявленнями про український національний характер у XIX–XX ст., з візуальними репрезентаціями цих уявлень у популярних в Україні соціальних медіа і мережах, зокрема Facebook, Youtube, Instagram, Telegram і TikTok у першій чверті XXI ст. із загальним числом користувачів, за даними компанії «GlobalLogic», 26 млн, або понад 60% усього населення України [4].

Дослідження здійснено, як уважає автор, у теоретичних рамках новітнього відгалуження культурологічного знання — «візуальної культурології». У її фокусі «мають постати... не стільки безпосередньо конструкції візуального в певній культурі, скільки їх соціокультурні кореляції, двосторонні зв'язки з тим середовищем, у якому вони сформувались і на яке справили вплив» [8, 96]. Методологію дослідження напрацьовано на основі наших статей 2018–2021 рр. Вона поєднує кількісні (контент-аналіз, статистичні підрахунки) і якісні (структурний семіотико-семантичний аналіз) методи з культурологічною інтерпретацією результатів. Жодні статистичні підрахунки та проаналізовані в попередніх публікаціях мережеві профілі, спільноти, групи в цій статті не використовувалися.

Виклад основних результатів. Фактор належності аудиторії до різних вікових груп з різними ціннісними орієнтаціями та навіть відмінним ставленням до української культури, національної ідентичності не є, на нашу думку, надто спотворюючим для результатів нашого дослідження загалом. Завдяки залученню до аналізу одночасно всіх популярних соціальних медіа та мереж відносно «доросла» аудиторія Facebook урівноважує відносно «підліткових» користувачів TikTok, Instagram ж відіграє роль #1 для вікової групи 19–21 та до 29 років включно [5; 7]. 30% серед користувачів Telegram становлять представники вікової групи 25–34 роки, питома вага користувачів

«18–24», «35–44» та «45–64» приблизно однакова (20%) [10]. YouTube цікавий для користувачів більшості вікових груп [1].

За основу національного нарративу візьмемо уявлення про український характер, які сформульовані Д. Чижевським [12, 15–16]: 1. «Емоціоналізм і сентименталізм, чутливість та ліризм»; 2. «Індивідуалізм та стремління до “свободи”». Другу особливість уточнює відоме зауваження Ю. Липи: «Хата — це ідеал українського патріотизму» [6, 226]. 3. «Неспокій та рухливість». У сучасній інтерпретації, вочевидь, ідеться про ментальні характеристики, властиві «межовим» або «прикордонним» культурам — підвищена динамічність та «гібридність» соціокультурних і ціннісних орієнтирів.

У зв'язку з обмеженістю обсягу статті зосередимо увагу на першій особливості українського національного характеру. На наш погляд, у другій половині XIX ст. «емоціоналізм і сентименталізм, чутливість та ліризм» були штучно та візуально ідеалізовані в образі «мальовничого українського села». На відміну від ранніх образів України — передусім як мальовничого природного краю, запропонований образ уміщує зображення ошатного поселення в мальовничому природному середовищі в будь-яку пору року та дня, що опосередковано відображає і другу особливість українського національного характеру. Формування зазначеного образу відбулося завдяки, передусім, українській школі пейзажного живопису — В. Орловський («Хата в літній день», «Сінокіс»), С. Святославський («Літньою нічю при повному місяці», «Подвір'я весною»), І. Похитонов («Хутір. Літній вечір. Україна», «Зимові сутінки в Україні»), П. Левченко («Хутір», «Хати взимку. Змій»), С. Васильківський («Козача левада», «Українська ідилія. Хата»), побутовим картинам М. Пимоненка («Українська ніч. Побачення», «Вечоріє») та ін.

У творення цього образу здійснили свій внесок також визнані майстри світового рівня, зокрема І. Айвазовський («Зимова сцена в Малоросії», «Вечір на Україні»), А. Куїнджі («Вечір на Україні»), І. Репін («Українська хата»), а також немало менш відомих художників — М. Беркос, М. Богданов, І. Вельц, М. Дубовський, О. Кісельов, А. Киселів, Г. Кондратенко, К. Крижицький, І. Крачковський, М. Сергійв, О. Сластін, Г. Світлицький. К. Трутовський, та навіть визнані представники російського живопису — М. Клодт, М. Маковський («Малоросійський

цикл») та багато інших. Творчість останніх дає також матеріал для порівняння (М. Клодт «Село в Орловській губернії»).

Цей образ, змальований від початку на широких полотнах професійних художників, почав репродукуватися величезними накладками завдяки поштовим карткам. Відомим є судовий процес у зв'язку з використанням однієї з картин М. Пимоненка на етикетці горілчаної пляшки від М. Шустова.

Надалі, у 1930–1980-і рр., спостерігаємо збереження цього образу в живописних картинах В. Кричевського, А. Манастирського, М. Бурачека, Т. Яблонської. На відміну від дореволюційної, радянська візія «мальовничого українського села» була почасти авангардною за формою й значно менш репрезентативною у зв'язку з формуванням у пропагандистському нарративі та мистецьких творах нового образу України як індустріально-аграрної республіки (М. Бурачек «Дорога до колгоспу», А. Манастирський «Вчора і сьогодні»). Ремінісценції цього образу можна помітити в 1990–2020-і рр. у творчості І. Марчука. Хоча його картини, як і належить постмодерністським творам, радше презентують самих себе, художню неповторність «пльонтанізму» митця.

Але зовсім інакші образи репрезентуються на світлинах України, знятих до 1917 р. Процеси урбанізації спричинили беззастережне панування на тогочасних світлинах зображень міста. У їх центрі опиняються кам'яні будівлі і культові споруди, упорядкований публічний простір вулиць і площ, позаяк у нечисленних картинах з міським пейзажем переважає його рустикальність (С. Святославський, «Миргород»). Наприклад, у фейсбук-спільноті «Старий Харків» (<http://surl.li/axnsj>), яка відрізняється однорідністю документального «дореволюційного» контенту, упорядкованого таким чином, щоби охоплювати все місто, ми нарахували (дата звернення — грудень 2021 р.) 596 фото Харкова (включаючи певну кількість світлин, що повторюються). Для порівняння: на сайті проекту «Стара Одеса» (<http://viknaodessa.od.ua/old-photo/>) серед багатьох сотень світлин міських пам'яток ми налічили 11 фото питомо морських пейзажів в районі Аркадії та 37 — у районі Фонтанів.

Серед фотографічних колекцій, зіставних за змістом з образом «мальовничого українського села», можемо послатися на оброблений комп'ютером у кольорові зображення і каталогізований архів

«Российская империя в цвете. Фотографии С. М. Прокудин-Горского», що оприлюднено на сайті Конгресу США (<https://www.loc.gov/collections/prokudin-gorskii/>). Серед понад 2,6 тис. зображень він містить лише 9 світлин України–Малоросії. Вони збігаються з образотворчим образом «мальовничого українського села» та вносять у нього нові подробиці (зображення сільської хати з соняшниками, яких на картинах немає). Водночас схожа мальовничість, яку можемо спостерігати і на 137 світлинах сільської місцевості в інших регіонах колишньої Російської імперії, ставлять під сумнів точність зображеного.

До певної міри зіставними з образотворчими зображеннями українців в мальовничому селі (особливо в картинах К. Трутовського, С. Васильківського, М. Пимоненка) є унікальні світлини Ж.-К. Рауля з колекції Нью-Йоркської публічної бібліотеки (<https://digitalcollections.nypl.org>). Вони виконані в 1860–1880-х рр. у різних куточках України в різні пори року (приблизно 30 одиниць), мали на меті етнографічно відобразити, висловлюючись тогочасною мовою, «народні типи», передати антропологію, традиційне вбрання, побут та заняття українців (<http://surl.li/aznoh>). Сфотографоване Раулем українське село, на відміну від світлин С. М. Прокудіна-Горського, не тішить око: зовнішній вигляд і одяг мешканців українського села неохайний, житлові та господарські будівлі явно потребують ремонту. Разом із тим, все це не виходить за межі «критичного реалізму» в образотворчості (П. Левченко «Глухомань»).



Рис. 1. Ж.-К. Рауль. Фото селян Полтавської губернії

Процеси навздогінної модернізації українських земель у ХХ ст. на основі індустріалізації та подальшої урбанізації, деактуалізація селян і сільської культури в національно-державному будівництві мали би

занапастити, зрештою, образ «мальовничого українського села». Проте ми можемо зазначити, радше, про його *трансформацію корелятивно до своєрідності української модернізаційної траєкторії*. Ідеться про збереження традиційних ментальних особливостей українства (сприйняття влади як власності та переважання неофіційних горизонтальних зв'язків над офіційними ієрархіями) в політичному режимі 1990–2020-х рр. — «неопатримоніальної демократії» (О. Фісун); непропорційно високу питому вагу сільського населення — 30,4% 2021 р., згідно з даними Держстату України (<http://surl.li/aqkqg>), з низькою економічною активністю й консервативними ціннісними вподобаннями; надвисоку частку в експорті країни продукції рослинництва.

Зворотна тенденція — руралізація («з міста до села») хоча й здобула певне візуальне представництво в українському сегменті соціальних медіа і мереж (YouTube-канали «Julija Z Мамські будні у СЕЛІ»; «Новое село»), проте широкого поширення чи популярності не набула. Наприклад, чи не найуспішніший з-поміж тематичних профілів канал «Новое село» — «Канал о жизни в украинском селе после жизни в городе» (<http://surl.li/bactb>) має лише 52,5 тис. підписників проти знакового для цієї соцмережі показника в 100 тис.

Натомість зображення ланів зі стиглими сільськогосподарськими культурами, як ми підкреслювали у своїх попередніх публікаціях, загалом у ХХІ ст. стали хрестоматійним візуальним маркером формальної громадянсько-політичної ідентичності (наприклад, <http://surl.li/aznss>). Відмінності від аналогів ХІХ ст., у принципі, можна оцінити як несуттєві. По-перше, змінюється ракурс зображення, зростає масштабність того, що зображується. «Вид згори», який, до речі, часто використовується для підкреслення масштабу зображення, є логічним результатом поширення аерофотозйомки, яка віднедавна здійснюється з компактних дронів. Зростання масштабу ми пояснюємо зростанням товарності виробництва зернових. Авжеж, як засвідчує фаховий аналіз однієї з картин М. Пимоненка — «Жнива на Україні» (1896), там «найвірогідніше збирають для себе» [9]. По-друге, поряд із пшеницею чільне місце посідає соняшник, вірогідно, тому що Україна є світовим лідером з експорту соняшникової олії, який забезпечує понад чверть вартості всього аграрного експорту країни.

По-третє, «нотки технологізму» (техніка, яка працює на ланах, сонячні електростанції) дотепер не увійшли в масові версії образу «мальовничого українського села». Принаймні, у топовому telegram-каналі «Україна сейчас» (<http://surl.li/azrqj>) можна віднайти лише одне таке зображення. Жодної відповідної світлини ми не знайшли навіть у найбільшій відкритій спеціалізованій фейсбук-групі «Сонячні станції в Україні» з 10,5К підписників (<http://surl.li/azarpv>). У TikTok за наймасовішими за кількістю переглядів серед споріднених хештегів #сонячністанції, #сонячніелектростанції та ін. вдалося знайти панорамні відео на профілі великої української компанії (@corporation.radian). Така сама ситуація в Instagram — сонячні станції інтегровані в «мальовниче українське село» в комерційних акаунтах (<http://surl.li/azaxi>). За хештегами #вітроваелектростанція #ветроелектростанция, вподобані лише поодинокі зображення, наприклад, з персонального блогу schoolgirlvaleria (<http://surl.li/bacto>).

Нарешті, природна складова «мальовничого українського села» у класичній версії — лісостепові/степові ландшафти, річка Дніпро та її пороги, Чорне море та його узбережжя (С. Васильківський, «Козача левада»; С. Святославський, «Дніпровські пороги», «Розлив Дніпра»; І. Айвазовський, «Ялта») розширюється за допомогою гірських пейзажів Карпат. У соцмережах з числовими показниками пошукових результатів за хештегом #Карпати/Карпаты знайдено на YouTube 6,8К відео на 2,1К каналах, в Instagram — 1,28М публікацій (частина з них є рекламою), у TikTok — 187,1М переглядів відео.

За нашими спостереженнями, найактивніше продовжує експлуатувати образ «мальовничого українського села» YouTube. Авторський канал «Liubov Kiev» (<https://www.youtube.com/c/LiubovKiev>) (204К підписників, 137М переглядів) розповідає про українське село в жанрі lifestyle-vloge. Судячи з коментарів, відеоконтент привертає увагу користувачів з інших пострадянських країн. Після перегляду вони підпадають під дію цього образу: «У Тани везде такой порядок и даже свиньи чистые, наверно душ принимают». «Как чисто у них, все красиво побелено, хоть простой домик... Молодец» (<http://surl.li/azrqf>).

Проте ще яскравіша ідеалізація образів «мальовничого українського села» в плакатній графіці 2010-х рр., скажімо, присвяченій Дню захисників і захисниць України, Дню

української писемності та мови, української обмежена, оскільки орієнтована на невелику національно свідому аудиторію та є надто статичною для тиражування. За винятком проукраїнських спільнот Facebook, в інших соціальних мережах і медіа знаходимо її поодинокі репродуковані зразки.

Порівняно новим стає експлуатація цього образу на експорт. Якщо вірити офіційному YouTube-блогу, експортний національний культурний продукт — трендове явище останніх двох років. Якісним зразком такого продукту є англійський канал «pavlo from ukraine» (<http://surl.li/bacue>) у жанрах lifestyle та house-tour — «I wanna show you how our babushka and dedushka live in the village» («Я хочу вам показати, як наші бабуся та дідусь живуть у селі»). Хоча канал створено в середині 2021 р., його контент встиг набрати 6,7М переглядів. Окремі відео з каналу мають 2,3М переглядів. Переважна іноземна (англійська аудиторія) загалом не угадала в українському селі відмінностей від інших пострадянських і слов'янських країн — «It's a beautiful common Slavic way of life» («Це типовий поширений слов'янський стиль життя»), серед переваг відзначила «природність», а західні аналоги визначила так — «It reminds me of the countryside in the UK back in the 80s» («Це нагадує мені село у Великій Британії 80-х»). У безпосередньо західній візії «мальовничого українського села», яку представляють декілька відео з каналу «bald and bankrupt» (3,3М підписників, 459М переглядів), яскраво проявляються всі ознаки глобального медіапродукту (рис. 2). Їх один з коментаторів влучно схарактеризував так: «A mission, absurdity, kindness, rural obscurity, humour» («Місія, абсурд, доброта, сільська відсталість, гумор») (<http://surl.li/bakoa>).



Рис. 2. Скріншот відео з YouTube-каналу «bald and bankrupt»

Звичайно, багатокладність сучасної української культури, різновекторність і нелінійність соціокультурних перетворень внесли у візуальні репрезентації «мальовничого українського села» і неоднозначність. Її помічаємо, зокрема, в образі сільської хати в стилі «мальовничої

занедбаності» (рис. 3) у медіафайлах фейсбук-спільноти «Україна Інкогніта» (56,5К підписників), яка позиціонує себе як акаунт «найбільш наповненого інформацією краєзнавчого порталу України» (<http://surl.li/aylel>).

Популярні акаунти сільських мешканців Заходу та Півдня України в ТікТок (@did.tolya.vnuk, 338,2К підписників, 6,7М лайків; @tama_i_sun, 379,8К підписників, 6,2М лайків) найчастіше експлуатують комічний ефект зіткнення міської та сільської культур, де зразковою постає саме перша.



Рис. 3. Фото зі фейсбук-спільноти «Україна Інкогніта»

У багатьох соціальних медіа мальовничий природно-етнографічний ландшафт втрачає свою життєдайну первинність і стає, у кращому разі, одним із численних об'єктів для туристичних рекомендацій у travel-блоггах. У найпопулярнішому з них — YouTube-каналі «Антон Птушкин» (<https://www.youtube.com/c/ptuxermann>) (5,28М підписників, 477М переглядів, українське походження) з 98 відео лише одне стосується України. У найпредставницькому в загальному рейтингу Telegram-каналі «Україна сейчас» (502К підписників, 1,7М охоплення аудиторії) з 7732 фото (дата звернення — грудень 2021 р.) пейзажними ми вважаємо 12, 10 з яких вміщено як просту ілюстрацію певних суспільно-політичних подій (відкриття ринку землі) або стихійних лих (землетрус) (<http://surl.li/azrqi>).

Висновки. Констатуємо: образ «мальовничого українського села» як візуальної репрезентації провідних особливостей українського національного характеру — «емоціоналізм і сентименталізм, чутливість та ліризм» й почасти «індивідуалізм» (Д. Чижевський) було створено в образотворчому мистецтві кінця ХІХ ст. і популяризовано за допомогою репродукції на поштових картках, горілчаних етикетках тощо. У поширених в Україні на початку ХХІ ст. соціальних медіа і мережах він зазнав лише несуттєвих внутрішніх трансформацій (зміна ракурсу зображення, зростання масштабності того, що

зображується, розширення ландшафтної складової). Спроби надати йому сучаснішого, технологічнішого вигляду (техніка, яка працює на полях, сонячні та вітрові електростанції) поширення не набули. З'являються альтернативи цього образу — «мальовничої занедбаності», привабливого туристичного об'єкта або меншовартісної субкультури. Натомість відбувається зовнішня його трансформація в глобальний медіапродукт. На нашу думку, надто тривале тиражування образу «мальовничого українського села» в майже незмінному вигляді унаочнює незавершеність процесів модернізації країни, консервацію значимого домодерного складника в її культурі. Припускаємо, що значно цікавіші трансформації відбуваються з емоційно-ліричним образом України як жінки. Цей образ в останні 7 років набуває виразного мілітарного «обличчя» (військовий однострій, зброя поєднуються із суто жіночою родою). Наприклад, у частині візуального контенту фейсбук-спільноти «Країна наша Україна» (<http://surl.li/azuqo>) (43,4К підписників) з 813 файлів ми нарахували 212 чоловічих мілітарі, 45 — жіночих і парних (17,5% від загальної кількості мілітарі). Проте це є темою для подальших досліджень.

Література

1. Auxier B., Anderson M. Social Media Use in 2021. URL: pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021. (дата звернення: грудень 2021)
2. Makhortykh M., Sydorova M. Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine // Media, War & Conflict. 2017. Vol. 10(3). P. 359–381.
3. Surzhko-Harned L., Zahuranec A. J. Framing the revolution: the role of social media in Ukraine's Euromaidan movement // Nationalities Papers. 2017. Vol.45. Issue 5. P. 758–779.
4. GlobalLogic. Українська аудиторія соцмереж за рік пандемії збільшилася на 7 млн людей — дослідження. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/26872/2021-03-17-ukrainska-audytoriya-sotsmerezhi-za-rik-pandemii-zbilshylasya-na-7-mln-lyudey-doslidzhennya> (дата звернення: грудень 2021)
5. Комунікаційна агенція plusone. Facebook та Instagram в Україні. 2021 рік, січень. URL: <https://reazon.live/facebook-ta-instagram-v-ukraini-2021-rik-sichen>.
6. Липа Ю. Всеукраїнська трилогія : [у 2 т.] / [упоряд.: О. Мислива, В. Яременко ; передм. М. Головатий]. Київ : [МАУП], 2007. Т. 1 : Призначення України. 2007. 331 с.
7. Q-seo. Digital agency. Полный гид по TikTok: аудитория, реклама, алгоритмы, примеры бизнеса. URL: <https://q-seo.com.ua/blog/polnyj-gid>

po-tiktok. (дата звернення: грудень 2021)

8. Сучасна культурологія: постмодернізм у логіці розвитку української гуманістики: кол. моногр. / за заг. ред. Ю. С. Сабадаш. Київ : Ліра-К, 2021. 432 с.

9. Тимчук В., Іодковський В., Усова З. Урожайність – потенційна та реальна // *Зерно*. 2017. №8. URL: <https://www.zerno-ua.com/journals/2017/avgust-2017-god/urozhaynist-potenciynna-i-realna>. (дата звернення: грудень 2021)

10. Tgstat. Исследование аудитории Telegram. URL: <https://tgstat.ru/research-2021>.

11. Українська художня культура в умовах інформаційного суспільства : кол. моногр. Київ: Вид-во ІМФЕ ім. М. Т. Рильського, 2019. 476 с.

12. Чижевський Д. Нариси з історії філософії на Україні // Чижевський Д. Філософські твори : у 4 т. / під заг. ред. В. С. Лісового. Київ : Смолоскип, 2005. Т. 1 : Нариси з історії філософії на Україні. Філософія Григорія Сковороди. 2005. С. 3-164.

References

1. Auxier, B., Anderson, M. (2021). Social Media Use in 2021. Retrieved from: pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021 [in English].

2. Makhortykh, M., Sydorova, M. (2017). Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*. Vol. 10(3). 359–381 [in English].

3. Surzhko-Harned, L., Zahuranec, A. J. (2017). Framing the revolution: the role of social media in Ukraine's Euromaidan movement. *Nationalities Papers*. Vol. 45. Issue 5. 758–779 [in English].

4. GlobalLogic (2021). The Ukrainian audience of social networks during the year of the pandemic increased by 7 million people — a study. Retrieved from: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/26872/2021-03-17-ukrainska-audytoriya-sotsmerezh-za-rik-pandemii-zbilshylasya-na-7-mln-lyudey-doslidzhennya>

[in Ukrainian].

5. Plusone Communication Agency (2021). Facebook and Instagram in Ukraine. January 2021. Retrieved from: <https://reason.live/facebook-ta-instagram-v-ukraini-2021-rik-sichen> [in Ukrainian].

6. Lypa, Yu (2007). All-Ukrainian trilogy: [in 2 volumes]. [eds : O. Misliva, V. Yaremenko; foreword M. Golovaty]. Kyiv: [MAUP]. Vol. 1: Appointment of Ukraine [in Ukrainian].

7. Q-seo. Digital agency (2020). Complete guide to TikTok: audience, advertising, algorithms, business examples. Retrieved from: <https://q-seo.com.ua/blog/polnyj-gid-po-tiktok> [in Russian].

8. Sabadash, Yu. (ed.) (2021). Modern culturology: postmodernism in the logic of development of Ukrainian humanities: col. monograph. Kyiv: Lira-K [in Ukrainian].

9. Tymchuk, V., Iodkovsky, V., Usova, Z. (2017). Yield – potential and real. *Grain*. №8. Retrieved from: <https://www.zerno-ua.com/journals/2017/avgust-2017-god/urozhaynist-potenciynna-i-realna> [in Ukrainian].

10. Tgstat (2021). Telegram audience research. Retrieved from: <https://tgstat.ru/research-2021> [in Russian].

11. Ukrainian art culture in the information society: col. monograph (2019). Kyiv: Publishing House of Institute for Art Studies Folklore and Ethnology [in Ukrainian].

12. Chizhevsky, D. (2005). Essays on the history of philosophy in Ukraine. Chizhevsky, D. Philosophical works: in 4 volumes. V. S. Lisovsky (ed.). Kyiv: Smoloskyp. Vol. 1: Essays on the history of philosophy in Ukraine. Philosophy of Hryhoriy Skovoroda. 3-164 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.12.2021

Отримано після доопрацювання 21.01.2022

Прийнято до друку 28.01.2022