

державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Гандзюк В.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, декан факультету філології та журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

АНАСТАСІЯ МУРАВА

МЕДІАТРАНСЛЯЦІЯ ТА ЦИФРОВІ СТРАТЕГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЕТНОХОРЕОГРАФІЧНОЇ СПАДЩИНИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Українська етнохореографічна спадщина виступає фундаментальним репрезентантом національної культурної кодифікації, який безпосередньо детермінує процеси генезису та еволюції громадянської ідентичності, акумулюючи багатовіковий духовний досвід етносу. У сучасних реаліях народно-сценічна пластика зазнає суттєвих трансформацій: вона виходить за межі суто фіксованого академічно-театрального простору, активно інтегруючись у глобальні медіаплатформи та мережеві екосистеми. Таке масштабування забезпечує всеохопну інклюзивність традиційного танцю у світовому культурному вимірі, що зумовлено стрімким прогресом діджитал-технологій та радикальною зміною паттернів медіаспоживання сучасної аудиторії.

У зв'язку з цим метою пропонованого дослідження є комплексний аналіз специфіки медіатрансляції народного танцю в структурі вітчизняного інформаційного простору, зокрема вивчення цифрових стратегій його просування в соціальних мережевих сервісах Instagram, TikTok та YouTube.

Варто зауважити, що ретроспективний аналіз медіапростору фіксує складні етапи взаємодії традиційного мистецтва з мас-медіа. Так, деструктивна критика фольклорних проєктів у медійному дискурсі призвела до того, що на зламі століть український танцювальний фольклор практично повністю зник із сітки мовлення загальнонаціональних телеканалів, будучи витісненим комерціалізованими продуктами масової культури, що викликало глибоке занепокоєння серед представників хореографічної та наукової спільноти [1, с. 218].

Зокрема, дослідниця Д. Демків у межах наукового дискурсу акцентує на критичній депресії народно-сценічної хореографії в телеефірі. Авторка констатує домінування естрадно-спортивних,

бальних та модернових танцювальних форматів на противагу традиційному хореографічному мистецтву, яке штучно маргіналізується. Українська балетмейстерка слушно зауважує: якщо в попередні десятиліття телевізійний екран слугував унікальним освітньо-просвітницьким майданчиком, що транслював еталонні виступи академічних колективів (як-от Ансамбль ім. П. Вірського чи Хор ім. Г. Верьовки), то новітній медіапростір позбавлений подібних спеціалізованих програм [2, с. 43].

У контексті сучасної теорії культури хореографічне мистецтво розглядається як поліфункціональна система, що здійснює комплексний детермінований вплив на індивіда та соціум. Існування української етнохореографії апріорі пов'язане з репрезентацією її загальної — естетичної функції. Натомість у медіакommунікаційному вимірі цей потенціал суттєво розширюється завдяки актуалізації інших соціально значущих функцій: комунікативної, інтегративної, регулятивної, інформативної, а також евристичної та рекреативної (розважальної). Усі вони функціонують у синергетичному взаємозв'язку, забезпечуючи цілісний та багатовекторний вплив на реципієнта в умовах цифрової взаємодії [3, с. 193].

Констатуємо, що в сучасному вітчизняному медіадискурсі спостерігається певна депресія уваги до системної актуалізації та збереження етнохореографічної спадщини. Хронічний дефіцит спеціалізованого телевізійного контенту, орієнтованого на популяризацію народного танцю, суттєво звужує можливості як дитячої, так і дорослої аудиторії щодо глибинного пізнання цього мистецького сегмента. За таких умов компенсаторну функцію перебирають на себе цифрові екосистеми та онлайн медіаплатформи. Водночас слід визнати, що мережевий контент, попри свою динамічність, не завжди здатний виступити повноцінною архітектонічною та змістовою альтернативою масштабним екранним проектам.

На сучасному телебаченні народно-сценічна хореографія здебільшого фрагментована й редукована до формату лаконічних новинних сюжетів або допоміжних інформаційних блоків у програмах культурного спрямування. Переважно це репортажі-анонси концертних програм, благодійних гастролей чи фестивально-конкурсних подій. Аналогічний фактоцентричний вектор простежується і в діяльності більшості мережевих ЗМІ, де домінують публікації про преміальні здобутки творчих об'єднань. Наприклад, у медіаповідомленнях про тріумф хореографічного колективу з Агрономічної громади на міжнародному плацдармі «Infinity Fest» або в інформаційному кейсі калузької філії Суспільного мовлення щодо відзначення хмельницького ансамблю, першочерговий акцент зміщено на фіксацію успіху. Проте мистецтвознавча специфіка

перформансу, особливості хореографічного малюнка та балетмейстерські концепції зазвичай залишаються поза увагою репортерів. Розмовні формати, аналітичні огляди та розгалужені інтерв'ю є лапідарними; у них народна хореографія артикулюється побіжно — крізь призму організаційної діяльності колективів чи загальних тез про стан культури. Дещо відокремлено функціонують історико-біографічні нариси, присвячені генезису танцювальних ансамблів, де фокус уваги зосереджено на традиціях та тривалому культурному внеску, проте частота появи таких матеріалів поступається операційній хроніці.

Натомість соціальні мережеві сервіси — зокрема Instagram, TikTok та YouTube — трансформувалися в найефективніші канали дисимінації та промоції етнохореографічного контенту. Завдяки технологіям короткого вертикального відео (Short-form video) користувачі отримують можливість експрес-занурення в автентичну атмосферу, що стимулює оптичний та пізнавальний інтерес до традиції.

У просторі платформи TikTok домінують динамічні мікроформати з демонстрацією найвиразніших па або сольних хореографічних елементів, які накладаються як на автентичний звуковий ряд, так і на актуальні музичні тренди (етно-поп, ремікси), що відповідає алгоритмам ранжування мережі. Ця цифрова стратегія орієнтована на ефективне просування конкретного культурного продукту. Окрім фіксації фінального сценічного результату, танцювальні спільноти активно візуалізують бекстейдж-контент: репетиційні процеси, залаштункове життя, специфіку підготовки та гастрольну повсякденність, що забезпечує ефект максимальної нативності й прозорості для реципієнта. Усе більшої популярності набувають компресовані промо-анонси та розважальні інтеракції, що демонструють побут артистів, гумористичні замальовки та вірусні формати візуального перевтілення (транзишн-відео), які фіксують різкий контраст між репетиційним образом виконавця та його еталонним сценічним аутфітом в автентичному строї.

Публікації на платформі Instagram відзначаються більш жорсткою структурованістю та вираженим інформаційним наповненням, що забезпечує пролонговану комунікацію з реципієнтами. Основний вектор цифрової стратегії тут орієнтований на дисимінацію відомостей про майбутні перформанси, гастрольні графіки та участь у міжнародних плацдармах за допомогою таргетованих медіаафіш, презентаційних трейлерів та деталізованих текстових експлікацій. Регулярним елементом корпоративного контенту є корпоративні та персональні привітання артистів і балетмейстерів із творчими здобутками чи календарними святами. Важливо, що концертні відеоматеріали в цій мережі переважно

трансляються в автентичному форматі подачі, без агресивної адаптації до швидкоплинних трендів, що дозволяє репрезентувати первинну художню атмосферу сценічного дійства.

Відеохостинг YouTube, своєю чергою, виступає головним медіаархівом етнохореографічної спадщини завдяки домінуванню довготривалих відеоформатів (Long-form video). Цей інструментарій забезпечує аудиторії асинхронний доступ до повнотекстових записів концертних програм та масштабних хореографічних полотен у режимі «on demand» (за запитом). Особливе аналітичне значення мають розгалужені інтерв'ю, що експлікують творчу еволюцію та професійний досвід провідних хореографів і виконавців. Крім того, вагомий сегмент контенту відведено під медіатизацію благодійних ініціатив, зокрема волонтерського збору коштів на підтримку Збройних Сил України та фіксацію фронтової допомоги. На платформі акумулюються також документально-публіцистичні стрічки про історичний ґенезис творчих колективів, що гармонійно поєднуються з операційними анонсами майбутніх культурно-мистецьких акцій.

Проведений аналіз засвідчує, що репрезентація традиційної хореографії у вітчизняному інформаційному полі зазнала радикальних архітектонічних зрушень під впливом тотальної діджиталізації та трансформації моделей медіаспоживання. Якщо в попередні періоди домінантним транслятором виступало телебачення, то нині воно еволюціонувало у другорядний канал комунікації, що обмежується спорадичними хронікальними сюжетами. Натомість генеральним майданчиком актуалізації народно-сценічного танцю серед молодіжного сегмента аудиторії стали мережеві медіаплатформи. Водночас кліповий характер швидкого розважального контенту нерідко нівелює мистецтвознавчу та смислову глибину хореографічного тексту. Це актуалізує нагальну потребу в розробці гібридних моделей, які б синергетично поєднували класичні та новітні медіаформи для презервації (збереження) та трансляції національного етнохореографічного спадку.

У підсумку зазначимо, що народно-сценічний танець у сучасному українському екранному просторі представлений фрагментарно, поступившись позиціями більш рейтинговим комерційним медіапродуктам. Цифрові платформи відкрили варіативні вектори для дисимінації хореографічного мистецтва, проте кожна з них реалізує цю функцію через власні специфічні інструменти: TikTok фокусується на динамічних мікроформатах, Instagram — на структурованій інформаційній та естетичній презентації, а YouTube забезпечує глибоку історико-аналітичну рецепцію витоків і сучасного стану етнохореографії. Зважаючи на те,

що кліпові формати не завжди здатні повноцінно кодувати особливу ментальну та художню цінність традиційного танцю, стратегічно важливим постає крос-медійний підхід — інтеграція різних каналів комунікації задля не лише ситуативної промоції, а й фундаментального збереження культурної ідентичності України.

Список використаних джерел

1. Бойко О. Образ українського танцю у мас-медійному просторі України доби незалежності. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Рівне, 2020. Вип. 34. С. 217–221.
2. Демків Д. П. Проблеми та розвиток української народної хореографії. *Стан народної хореографії в Україні та перспективи її розвитку* : матеріали наук.-практ. конф., м. Київ, 28 лютого 2002 р. Київ : Стилос, 2002. С. 42–43.
3. Хоцяновська Л. Ф. Тенденції та перспективи розвитку народного хореографічного мистецтва України. *Молодий вчений*. Одеса, 2018. № 1 (53). С. 191–194.

Мурава Анастасія – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Завальнюк І. Я., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

МАРИНА НІНІЧУК

МАРКУВАННЯ ШІ-КОНТЕНТУ В ОНЛАЙН-МЕДІА: ДОВІРА АУДИТОРІЇ ТА НОВІ СТАНДАРТИ ПРОЗОРОСТІ

Стрімка еволюція та інтеграція інструментів генеративного штучного інтелекту у роботу сучасних редакцій докорінно змінили парадигму створення медіапродукту. Проте, разом із оптимізацією ресурсів, виникла масштабна криза верифікації інформації. Поява реалістичних глибоких фейків, автоматизоване генерування текстових новин без участі людини та масове використання ШІ-ілюстрацій розмили кордони між об'єктивною реальністю та синтезованим контентом.