

Науковий керівник: Давидова Л.В., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, заступник директора інституту з навчальної роботи навчально-наукового інституту філології та журналістики (ННІ) Житомирського державного університету імені Івана Франка/

Анастасія Мурава

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

МЕДІЙНА ПАРАДИГМА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ФОЛЬКЛОРНОГО ТАНЦЮ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Проаналізовано особливості висвітлення народного танцю в сучасному українському медіапросторі. Досліджено специфіку подання хореографічного мистецтва на різних платформах і визначено їхню роль у популяризації культурної спадщини.

Ключові слова: народний танець, культура, медіа, соціальні мережі, популяризація.

Український народний танець виступає фундаментальним складником культурної спадщини, що не лише акумулює багатовікові традиції, а й відіграє ключову роль у формуванні національної самосвідомості. Сьогодні спостерігається вихід фольклорної хореографії за межі суто сценічного мистецтва: завдяки цифровізації та новим форматам споживання контенту вона активно інтегрується у медіапростір.

Метою є дослідження особливостей репрезентації народного танцю в сучасних медіа та на популярних платформах (Instagram, TikTok, YouTube). Актуальність теми зумовлена тим, що після витіснення фольклору масовою культурою з телеекранів на початку 2000-х років, хореографічна спільнота постала перед викликом пошуку нових шляхів популяризації традиції [1, с. 218].

У своїй доповіді Д. Демків висловлює занепокоєння через витіснення народного танцю з ефірної сітки українського телебачення. Дослідниця наголошує, що пріоритетність сучасних, бальних та естрадно-спортивних напрямів призвела до занепаду просвітницької ролі ТБ. Якщо раніше телетрансляції виступів таких знакових колективів, як ансамбль ім. П.

Вірського чи хор ім. Г. Верьовки, виконували навчальну функцію, то сьогодні подібний контент фактично відсутній [3, с. 43].

Народна хореографія, як і будь-яка інша мистецька форма, володіє розгалуженою структурою функцій, що визначають її вплив на соціум. Окрім фундаментальної естетичної складової, український танець реалізує низку соціально значущих функцій: комунікативну, регулятивну, інформативну, інтегровальну, евристичну та розважальну. Всі вони діють комплексно, забезпечуючи всебічний розвиток особистості та зміцнення суспільних зв'язків [4, с. 193].

Попри таку високу значущість, сучасний медіапростір демонструє тенденцію до зниження уваги до хореографічної спадщини. Дефіцит спеціалізованих телепрограм звужує можливості широкої аудиторії для глибокого пізнання народних традицій. Цю нішу поступово займають соціальні мережі та онлайн-платформи, проте їхній контент не завжди може стати повноцінною фаховою альтернативою телевізійним проєктам. На телебаченні фольклорна хореографія переважно з'являється епізодично у форматі новинних сюжетів, анонсів фестивалів чи благодійних виступів, що характерно і для більшості мережових видань.

Більшість публікацій присвячено результатам участі танцювальних колективів у конкурсах і фестивалях. Наприклад, у матеріалі про перемогу колективу з агрономічної громади на міжнародному фестивалі «Infinity Fest» або в новині Суспільного про нагородження хмельницького ансамблю зацентровано на досягненнях. Проте художніх особливостей виступів зазвичай не розкривають, а увагу зосереджують лише на факті успіху. Розмовні та інтерв'ю-формати трапляються рідше. У них народну хореографію зазвичай розглядають побіжно: у контексті обговорення діяльності колективів, підготовки до виступів або загальних питань розвитку культури. Окремо можна виділити історико-культурні матеріали, присвячені розвитку танцювальних ансамблів. У них увагу зосереджують на традиціях, багаторічній діяльності та внескові колективів у культурне життя. Проте такі публікації є менш поширеними порівняно з новинними повідомленнями.

Соціальні мережі, такі як Instagram, TikTok та YouTube, сьогодні стали ефективним способом поширення та просування народної хореографії. Через короткі відео глядачі можуть зануритися в атмосферу та відкрити для себе щось нове.

Аналіз медіаконтенту свідчить, що більшість публікацій має подієвий характер і присвячена результатам участі хореографічних колективів у конкурсних та фестивальных заходах. Зокрема, у повідомленнях про перемогу ансамблю Агрономічної громади на міжнародному фестивалі «Infinity Fest» чи у репортажах «Суспільного» про нагородження хмельницьких колективів основний акцент зміщено на констатацію досягнень. Водночас мистецтвознавча складова та художні особливості

виступів зазвичай залишаються поза увагою медіа, поступаючись місцем суто фактологічному висвітленню успіху.

Жанри інтерв'ю та аналітичні обговорення в інформаційному просторі представлені значно менше. У таких форматах народна хореографія розглядається переважно як дотична тема у контексті організаційної діяльності колективів, підготовки до сценічних виступів або загальних тенденцій культурного розвитку. Менш поширеними, проте вагомими, є історико-культурні матеріали, що досліджують генезис танцювальних ансамблів, їхні багаторічні традиції та внесок у національний культурний процес.

У сучасних умовах цифровізації платформи Instagram, TikTok та YouTube трансформувалися в інструменти ефективної дифузії та промоції народної хореографії. Завдяки формату коротких відео (Shorts, Reels, TikTok) глядачі отримують можливість швидкого занурення в автентичну атмосферу, що сприяє деелітизації цього виду мистецтва та залученню нових сегментів аудиторії.

Платформа TikTok спеціалізується на трансляції лаконічних відеофрагментів, де окремі елементи хореографії часто поєднуються з трендовим музичним супроводом (як автентичним, так і сучасним). Такий підхід слугує дієвим інструментом популяризації та просування культурного продукту серед молодіжної аудиторії. Окрім сценічних номерів, значна увага приділяється «бекстейджу»: репетиційному процесу, підготовці до виступів та гастрольному побуту. Популярними форматами є стислі анонси концертів та розважальний контент, зокрема відео «перевтілення», що демонструють трансформацію артиста з повсякденного образу у сценічний.

Натомість контент в Instagram відзначається структурованістю та виразною інформативною спрямованістю. Взаємодія з аудиторією тут вибудовується навколо аносування майбутніх подій, гастрольних графіків та участі у фестивальних проєктах. Важливою складовою є репрезентація корпоративної культури колективів через привітання з професійними здобутками та висвітлення внутрішніх урочистостей. Характерно, що відеоматеріали в цій мережі здебільшого зберігають традиційну форму подачі, що дозволяє максимально точно передати первинну атмосферу хореографічного дійства.

YouTube, завдяки можливості розміщення розлогих відеоматеріалів (long-form content), виступає головним ресурсом для глибокого ознайомлення з народною хореографією. Платформа акумулює повні записи концертних програм, документальні нариси про історію становлення ансамблів та розлогі інтерв'ю, що розкривають творчий шлях провідних балетмейстерів. Особливої ваги набуває висвітлення соціальної місії хореографічного мистецтва, зокрема благодійних ініціатив на підтримку Збройних Сил України.

Трансформація українського медіапростору під впливом цифровізації суттєво змінила вектори репрезентації народного танцю. Втрата телебаченням провідних позицій призвела до переходу основної активності в площину соціальних мереж. Попри високу ефективність у популяризації, домінування розважального формату часто нівелює філософську та художню глибину фольклорного тексту.

Отже, якщо TikTok орієнтований на короткотривалу візуальну привабливість, а Instagram на інформаційну підтримку, то YouTube забезпечує фундаментальну фіксацію хореографічної спадщини. Для цілісного донесення цінності народного танцю до загалу необхідна стратегічна синергія традиційних і новітніх медіаформ, що дозволить не лише популяризувати мистецтво, а й зберегти його як унікальний складник національної ідентичності.

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. Гандзюк В.О. Вплив контенту інтернет-реклами на сучасного українського споживача. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського : Науковий журнал. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71), № 2. Ч. 2. К., 2021. С. 243-248.
3. 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.
4. Хоцяновська Л. Ф. Тенденції та перспективи розвитку народного хореографічного мистецтва України. *Молодий вчений*. Одеса, 2018. № 1 (53). С. 191–194.

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.