

селфі – це не лише спосіб репрезентації, але й спосіб осмислення, ведення діалогу з собою. Учасники анкетування та власний досвід демонструють, що селфі є глибокою у своєму задумі практикою, що є частиною сучасного цифрового простору та ідентичності. Селфі стає інструментом документування власного існування, досвідів та символом сучасного пошуку балансу між самовираженням і очікуванням реакції.

Цифрова естетика, що проявляється через фільтри та стандарти краси, впливає на образ «я», часто нав'язуючи візуальні моделі, що формуються під дією алгоритмів та масової культури. Водночас, саме в цих умовах виникає естетичний опір або індивідуальний досвід та підхід до самофіксації, коли селфі – не спосіб адаптації до трендів, а відкрите візуальне поле для дослідження та мистецького самовираження. Сьогодні можна побачити різноманітні прояви цього феномену. Селфі-практика заслуговує на подальше дослідження в контексті сучасної візуальної культури, психології, соціології та нових форм мистецтва.

Список використаних джерел

1. Carbon C.-C. Universal Principles of Depicting Oneself Across the Centuries: From Renaissance Self-Portraits to Selfie-Photographs. – *Frontiers in Psychology*, 2017. – Vol. 8. – С. 245.
2. Chan K. T. Emergence of the Digitalized Self in the Age of Digitalization. – *Computers in Human Behavior Reports*, 2022. – Vol. 6. – С. 100151.
3. Gorichanaz T. Self-Portrait, Selfie, Self: Notes on Identity and Documentation in the Digital Age. – *Information*, 2019. – Vol. 10, No. 9. – С. 297.
4. Manovich L. *Instagram and Contemporary Image*. – 2017.
5. Rettberg J. W. *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. – Palgrave Macmillan, 2014. – 200 с.

ВІДРОДЖЕННЯ ТА АДАПТАЦІЯ ТРАДИЦІЙ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ КОНТЕКСТІ: МІЖ СПАДЩИНОЮ І НОВИЗНОЮ

Данник К.О., кандидат культурології, доцент, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури

Середа А., здобувачка вищої освіти

Київський національний університет технологій та дизайну

Упродовж останнього десятиліття в Україні все виразніше спостерігається процес повернення до традицій, який, однак, не зводиться до консервації або механічного відтворення минулого. Йдеться про активне переосмислення й адаптацію елементів народної культури в сучасному культурному середовищі. Традиція перестає бути суто

«святковою» чи фольклорною — вона входить у повсякденність, стає частиною актуального стилю життя, особливо серед молоді.

Одним із найяскравіших прикладів цього процесу є вишиванка. Її популярність вийшла за межі державних свят чи офіційних подій: молоді українці дедалі частіше обирають вишиті елементи як щоденний одяг, як інструмент самовираження й елемент персонального стилю. Вишиванка стала маркером не лише етнічної належності, а й належності до культурної спільноти, що визнає силу спадщини й водночас прагне осучаснення.

Схожі трансформації помітні і в діяльності брендів на зразок «Етнодім», «Gunia Project», «KOLO» та «Foberini». Вони демонструють, як традиційні мотиви можуть органічно співіснувати з сучасним кроєм, якісними тканинами й мінімалістичною естетикою. Такі речі вже не «сувенірні» — це модні й змістовні предмети, які поєднують стиль і культурний зміст.

У сфері музики відбувається не менш динамічна адаптація традиційних форм. Колядки, думи й народні пісні знаходять нове життя в електронних, хіп-хоп та рок-аранжуваннях. Такі колективи, як «DakhaBrakha», «ONUKA», «Go_A», «Yuko», «Kalush Orchestra» творять музику, яка зберігає фольклорну основу, але подається у форматі, зрозумілому сучасній аудиторії. Саме така синергія минулого й сучасного забезпечила успіх «Kalush Orchestra» на Євробаченні-2022, де український культурний код було представлено як сучасний і життєздатний.

Візуальні образи традицій — петриківка, килимові орнаменти, тризуб, калина — дедалі частіше з'являються у графічному дизайні, рекламі, айдентиці брендів, оформленні міського простору. Це вже не просто декоративні елементи — це символи національного смислу, які відповідають викликам часу.

Особливо яскраво цей процес проявляється в цифрових медіа. TikTok і Instagram стали платформами, де фольклор набуває нових форм: від вірусних відео з колядками й танцями у традиційних строях до креативних інтерпретацій образів української міфології в ілюстраціях. YouTube-канали й подкасти забезпечують глибше осмислення теми — через розповіді, інтерв'ю, культурні історії. Навіть меми стали частиною цього руху, де традиція живе у форматі іронії, емоцій і впізнаваних культурних кодів.

В умовах війни традиційна культура набула ще потужнішого символічного виміру. Пісні, вишиванки, народна символіка стали знаками спротиву, єдності та культурної стійкості. На світлинах з фронту ми бачимо вишиванки під бронезилетами — це вже не просто етнічна естетика, а культурний щит. Пісня «Ой у лузі червона калина» перетворилась на неофіційний гімн спротиву, що звучить у містах, на фронті, у діаспорі.

Традиційні образи, як-от козак, півень, тризуб чи вишиваний хрест, стають частиною комунікаційного простору: на патчах, ілюстраціях, обкладинках, тату і навіть в дитячих малюнках. Усе це говорить про те, що

боротьба в Україні ведеться не лише за території — а й за право на культурну самобутність.

Ключову роль у трансформації традицій сьогодні відіграють креативні індустрії. Вони створюють новий культурний продукт, де спадщина працює в нових форматах і на нову аудиторію. Ілюстратори переносять народну символіку в цифрове мистецтво, дизайнери використовують традиційні мотиви у брендингу й упаківці, архітектори осмислюють логіку народного будівництва у проектуванні нових просторів.

Digital-art, NFT-колекції, мале ремісничє виробництво — усе це простори, де традиція не тільки «зберігається», а й працює на майбутнє. Приклади локальних майстерень, що поєднують автентичні техніки з сучасним маркетингом, доводять: культура може бути не лише духовним ресурсом, а й економічною можливістю.

Зрештою, це дає змогу стверджувати, що Українська традиційна культура переживає не реставрацію, а переосмислене відродження. Вона адаптується до нових умов — війни, цифровізації, глобалізації — і водночас зберігає свою глибину. Молоде покоління активно долучається до цього процесу, переосмислюючи спадщину у своїй мові, музиці, моді, мемах. Усе це формує нову українську ідентичність — динамічну, впізнавану й гідну.

ПРОЯВИ УКРАЇНСЬКОГО ПОСТМОДЕРНІЗМУ В ПЛАСТИЦІ

Жданова П. А., здобувач вищої освіти

Київський національний університет технологій та дизайну

Постмодернізм в українській пластиці, особливо в скульптурі, виник пізніше, ніж у живописі. У цьому напрямку він часто поєднувався з модерністськими ідеями та елементами як відповідь на розпад Радянського Союзу. У сфері скульптури постмодернізм був не стільки запереченням попередніх стилів, скільки їх переосмисленням у контексті тоталітаризму та соцреалізму. Основні ідеї постмодернізму включають деконструкцію, цитатність, інтертекстуальність, еkleктизм, іронію, концептуалізм і поліфонічний підхід. Варто також зазначити, що конкретних представників постмодерної української пластики важко виділити, оскільки митці часто працюють на стику різних стилів та епох. Ось список деяких художників та їхніх робіт, які найкраще відповідають основним характеристикам постмодернізму.

Петро Іванович Антип був видатним українським митцем: скульптором, письменником і графіком. Він належав до Української Нової хвилі, а його роботи прикрашають міста по всій країні. Художник черпав натхнення в символах трипільської культури й українських традиціях. Його твори запрошують глядача до роздумів над їхнім філософським