

УДК 398:130.2:[304:004.738.5](477)

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-49>**Інна ГУРОВА**

кандидатка історичних наук, доцентка кафедри української філософії і культури, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

ORCID: 0000-0002-9709-7405

Бібліографічний опис статті: Гурова, І. (2025). Новітній фольклор як форма популярної культури в сучасних українських реаліях: культурологічний аналіз. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 341–349, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-49>

НОВІТНІЙ ФОЛЬКЛОР ЯК ФОРМА ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Мета роботи полягає у комплексному культурологічному аналізі механізмів взаємодії популярної культури та новітнього фольклору в сучасних українських реаліях, виявленні особливостей їх трансформації та взаємовпливу. **Методологія** Продуктивним для досягнення пошукової мети є компаративний метод, який дозволив зіставити культурологічні характеристики популярної культури і новітнього фольклору, віднаходити в них точки збігу та змістові узагальнення. Використано структурний метод для аналізу новітнього фольклору як динамічної системи, конститутивними категоріями якої є: суб'єктність його авторів, нове смислотворення, колективний характер творчості. За допомогою узагальнення зафіксовано загальні ознаки та властивості популярної культури та здійснено перехід від одиничного та особливого (новітній фольклор) до загального (популярна культура). **Наукова новизна** полягає у виявленні і систематизації нових форм культурної творчості, розширенні методологічного інструментарію, що сприятиме глибшому розумінню процесів творення та трансформації культурних феноменів у сучасних українських реаліях. **Висновки.** Проведений аналіз теоретико-методологічної бази дозволив окреслити основні підходи до вивчення взаємодії популярної культури та новітнього фольклору. Уточнення понятійно-категоріального апарату сприяло розмежуванню суміжних термінів і визначенню новітнього фольклору як важливої складової популярної культури, що функціонує на перетині традиційних та цифрових форм комунікації. Актуалізація поняття новітнього фольклору в культурологічному аспекті дозволила розглянути його не лише як віддзеркалення соціокультурних змін, а й як активний механізм творення смислів у суспільстві. Окрему увагу приділено ролі цифровізації та соціальних мереж у формуванні постфольклору. Доведено, що цифрові платформи є не лише середовищем для поширення фольклорних форм, а й чинником, що трансформує власне принципи їхньої генерації, циркуляції та реценції. Також було визначено ключових акторів, які беруть участь у творенні цих феноменів: медійні споживачі, онлайн-спільноти, професійні творці контенту (блогери, медійники). Виявлено механізми їхньої взаємодії, що дозволяють визначати сучасний фольклор як поле колективного творення, де аудиторія є не лише реципієнтом, а й активним учасником культурного процесу.

Ключові слова: популярна культура, новітній фольклор, постфольклор, учасницька культура, механізми функціонування сучасної культури, національна ідентичність, форми культурного самовираження, культурна комунікація.

Inna HUROVA

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor at the Department of Ukrainian Philosophy and Culture, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 60 Volodymyrska Str., Kyiv, Ukraine, 01033

ORCID: 0000-0002-9709-7405

To cite this article: Hurova, I. (2025) Novitnii folklor yak forma populiarnoi kultury v suchasnykh ukrainskykh realiakh: kulturolohichnyi analiz [Modern folklore as a form of popular culture in contemporary Ukrainian realities: a cultural analysis]. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 341–349, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-49>

MODERN FOLKLORE AS A FORM OF POPULAR CULTURE IN CONTEMPORARY UKRAINIAN REALITIES: A CULTURAL ANALYSIS

*The purpose of this work is to conduct a comprehensive cultural analysis of the mechanisms of interaction between popular culture and contemporary folklore in modern Ukrainian realities, identifying the peculiarities of their transformation and mutual influence. **Methodology.** A comparative method proved productive in achieving the research objective, as it allowed for comparing the cultural characteristics of popular culture and contemporary folklore, identifying their points of convergence and substantive generalizations. A structural method was employed to analyze contemporary folklore as a dynamic system, whose constitutive categories are: the agency of its creators, new meaning-making, and the collective nature of creativity. Through synthesis, the general features and properties of popular culture were identified, facilitating a transition from the singular and specific (contemporary folklore) to the general (popular culture). **Scientific Novelty.** The scientific novelty lies in the identification and systematization of new forms of cultural creativity and in the expansion of the methodological toolkit, which will contribute to a deeper understanding of the processes of creation and transformation of cultural phenomena in modern Ukrainian realities. **Conclusions.** The analysis of the theoretical and methodological basis allowed for outlining the main approaches to studying the interaction between popular culture and contemporary folklore. Clarifying the conceptual-categorical apparatus helped differentiate related terms and define contemporary folklore as an important component of popular culture, functioning at the intersection of traditional and digital forms of communication. The actualization of the concept of contemporary folklore from a cultural studies perspective allowed it to be viewed not only as a reflection of socio-cultural changes but also as an active mechanism of meaning creation in society. Special attention was given to the role of digitalization and social networks in the formation of post-folklore. It was demonstrated that digital platforms serve not only as environments for disseminating folkloric forms but also as factors that transform the very principles of their generation, circulation, and reception. Additionally, key actors participating in the creation of these phenomena were identified: media consumers, online communities, and professional content creators (bloggers, media professionals). The mechanisms of their interaction were revealed, allowing contemporary folklore to be considered a field of collective creation, where the audience is not only a recipient but also an active participant in the cultural process.*

Key words: popular culture, contemporary folklore, postfolklore, participatory culture, mechanisms of functioning of contemporary culture, national identity, forms of cultural expression, cultural communication.

Актуальність теми взаємодії популярної культури та новітнього фольклору в українському соціокультурному просторі зумовлена динамічними змінами у сучасному суспільстві, спричиненими глобалізацією, цифровізацією та розвитком медійних технологій. У сучасній Україні ці процеси набувають особливого значення в контексті формування національної ідентичності, переосмислення культурних традицій та утвердження нових форм колективної творчості.

Популярна культура, як потужний медіатор суспільних цінностей, та новітній фольклор, активно взаємодіють, формуючи нові смислові поля і способи комунікації. Ця взаємодія сприяє розвитку сучасної популярної культури, де традиційні наративи отримують нове звучання, а споживачі стають співтворцями культурного продукту.

Дослідження взаємовпливу цих процесів є необхідним для розуміння механізмів творення сучасної культури, виявлення інструментів впливу на суспільну свідомість та аналізу шляхів збереження і трансформації культурної спадщини в умовах цифрової епохи. В українському контексті це набуває особливого значення, оскільки сучасні виклики, пов'язані із війною,

кризою ідентичності та культурними змінами, вимагають нових підходів до осмислення взаємодії локального та глобального у культурі. В умовах глобалізації та цифровізації відбувається суттєва трансформація механізмів культурного виробництва функціонування культури. Популярна культура і новітній фольклор стають основними каналами передачі культурних кодів та смислів у суспільстві. Вони відображають як глобальні тенденції, так і локальні особливості культурного розвитку, що робить їх важливим об'єктом наукового аналізу для розуміння новітніх культурних процесів.

Сучасна культура характеризується високим рівнем партисипативності (залученості), тобто активної участі споживачів у створенні та поширенні культурних продуктів. Особливо виразно це проявляється у взаємодії популярної культури та новітнього фольклору. Учасницька культура створює унікальну ситуацію, де кожен дієвець культурного простору може бути одночасно і споживачем, і творцем контенту. Цей процес трансформації та реконтекстуалізації є ключовим механізмом взаємодії популярної культури та новітнього фольклору.

В українському контексті учасницька культура набуває особливого значення через її роль

у формуванні колективної культурної відповіді на важливі суспільні події. Ми можемо спостерігати, як спільнота активно переосмислює суспільно-політичні події та елементи масової культури, створюючи новітній фольклор, який відображає актуальні соціальні та політичні реалії та національну ідентичність. Більше того, учасницька культура сприяє демократизації культурного виробництва, адже традиційна ієрархія між «високою» та «низькою» культурою, між професійними творцями та аматорами розмиваються, про що почали писати ще у другій половині XX століття дослідники Бірмінгемської школи культурології (Реймонд Вільямс, Стюарт Голл та ін). Формується новий культурний ландшафт, де взаємодія популярної культури та новітнього фольклору відбувається на множинних рівнях та у різноманітних формах. В умовах інформаційної війни та культурного протистояння аналіз механізмів формування та поширення культурних наративів через популярну культуру та новітній фольклор набуває стратегічного значення, адже дозволяє краще розуміти процеси формування суспільної думки та національної ідентичності, що є критично важливим для збереження та розвитку української культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Хоча існує достатньо досліджень популярної культури та сучасного фольклору окремо, їхня взаємодія та взаємовплив залишаються менш вивченими, особливо в українському контексті.

Мета статті полягає у комплексному культурологічному аналізі механізмів взаємодії популярної культури та новітнього фольклору в сучасних українських реаліях, виявленні особливостей їх трансформації та взаємовпливу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Теоретико-методологічною базою цього дослідження є низка класичних теорій, що стосуються культурного виробництва. Зокрема, важливими стали ідеї П'єра Бурдьє про габітус, який розглядається як поєднання традиції і новації у соціальному поступі. Автор наголосив на діалектичному характері габітусу як феномену, що поєднує структуруючі схеми (успадковані звички, які визначають можливі дії) і адаптацію до нових умов (індивідуальна творчість і активність) (Bourdieu, 1980).

Праця Джона Фіске «Understanding Popular Culture» є одним з ключових текстів для розу-

міння того, як аудиторія взаємодіє з масовою культурою і трансформує її у власну творчість, створюючи продукти популярної культури. Йому належить низка ідей, які є актуальними для розуміння взаємодії популярної культури і новітнього фольклору. Одна з них – концепція «семіотичної демократії» пояснює те, що аудиторія не просто пасивно споживає медіаконтент, а активно створює власні значення, а популярна культура твориться завдяки тому, що аудиторія її «переприсвоює». «Популярна культура твориться зсередини і знизу, а не нав'язується ззовні чи зверху, як стверджують теоретики масової культури. У популярній культурі завжди є елемент, який перебуває поза соціальним контролем» (Fiske, 2005, р. 15). За Фіске, люди мають «семіотичну владу» – здатність продукувати і переосмислювати культурні знаки та символи. «Культура – це постійний процес продукування смислів із нашого соціального досвіду. Надання смислу будь-чому передбачає надання сенсу людині, яка є суб'єктом цього процесу; смислотворення розчиняє відмінності між суб'єктом та об'єктом і конструює кожного з них стосовно іншого» (Fiske, 2005, р. 14). Це особливо помітно в тому, як інтернет-спільноти перетворюють продукти масової культури, виробляючи нові сенси та значення. Теорія «продуктивного задоволення» (productive pleasure) – про те, що задоволення від споживання масової культури не є бездумним, а включає активне створення смислів. Фіске показав, що люди отримують насолоду не просто від споживання медіа, а від творчої переробки та інтерпретації його контенту. Він писав: «У виробництві та циркуляції цих смислів криється задоволення» (Fiske, 2005, р. 14). У концепції «культурної економіки» дослідник розрізняє фінансову та культурну економіку. Якщо перша працює з грошима, то друга – зі значеннями та задоволенням. У контексті сучасного фольклору це проявляється в тому, як комерційні продукти масової культури перетворюються на «сировину» для народної творчості. В ідеї про «ексцес значень» Фіске виявив, що популярні тексти містять більше потенційних значень, ніж передбачали їх творці. Це пояснює, чому один медіапродукт може породжувати різноманітні фольклорні інтерпретації. Ці ідеї Фіске особливо актуальні для розуміння механізмів створення популярної культури та сучасного фольклору, оскільки показують як відбувається

«переприсвоєння» елементів масової культури, як творчість аматорів виникає через опір домінантним значенням, як працює механізм створення нових культурних смислів у цифровому середовищі.

В контексті дослідження взаємодії популярної культури і новітнього фольклору важливо взяти до уваги ідеї Джона Сторі, сучасного американського культуролога, який дослідив як концепція етнокультури вплинула на формування популярної культури, особливо в умовах індустріалізації та глобалізації. За його думкою, у XVIII–XIX століттях народна культура сприймалася як автентичний, незайманий модернізацією вираз життя простих людей. Інтелектуали, такі як брати Грімм, збирали фольклорні матеріали, розглядаючи їх як чистий голос нації. Це сформувало бачення того, що справжня культура – це культура «народу», а не еліти. Згодом ця ідея була перенесена на популярну культуру, з'явилося уявлення, що вона також може бути «автентичною», навіть якщо створюється в умовах масового виробництва (Storey, 2003).

Таким чином, за теорією П.Бурд'є констатуємо, що культура є результатом поєднання історичної практики, збереження традицій народу та індивідуальної активності людини. Концепції сучасних американських культурологів Дж. Фіске і Дж. Сторі розкривають популярну культуру як творчість звичайних людей, які не легковажно споживають продукти мас-медій, а творчо їх переробляють, надають їм власних значень і смислів і отримують від того задоволення. Враховуючі ці напрацювання, можемо уточнити розуміння популярної культури як динамічного процесу культурного виробництва та реінтерпретації, в якому самодіяльні автори та спільноти активно взаємодіють, трансформують та переосмислюють культурні тексти масового виробництва. Ця учасницька практика, яку підтримують і підсилюють цифрові медіа, створює постійно еволюціонуючий ландшафт смислів, що відображає різноманітний досвід, ідентичності та цінності його творців.

Новітній фольклор почав створюватись тоді, коли зникли умови для формування традиційного фольклору, а саме з початком індустріалізації XIX ст., яка призвела до урбанізації, що поступово витіснило звичні форми народної культури. Водночас вона створила нові зразки масової культури – пісні, друковані видання,

які поєднували традиційні елементи з засобами масової інформації. Виник новий ринок культурних продуктів, які позиціонувалися як спадкоємці народної культури, але вже адаптовані до індустріального виробництва. Так масова культура почала виконувати схожі функції з фольклором: об'єднувати людей, формувати ідентичність, але в межах комерційного виробництва. Дж. Сторі показує, що концепція народної культури допомогла сформувати уявлення про популярну культуру як про динамічний процес, де традиційне постійно взаємодіє з сучасним. В умовах інформаційного суспільства та глобалізації ця взаємодія породжує такі нові форми культури, як сучасний (новітній) фольклор. У ньому одночасно зберігаються певні народні риси, які адаптувались до нових технологічних умов. Наразі фольклор продовжує розвиватися, адаптуючись до нових інструментів комунікації. «Відтак історію фольклору можна розглядати не тільки як процес занепаду старих жанрів, але й як процес формування нових його форм та видів» (Лисюк, 2012, с. 69).

Тож новітній фольклор як різновид популярної культури виникає з творчості самих людей, а не нав'язуються їм виробниками з комерційною метою (на відміну від масової культури). Текст (за класиками структуралізму) популярної культури, у його культурологічному аспекті, розростається завдяки метатексту, авторами якого є споживачі масової культури, оскільки вони закладають нові сенси та коди.

У сучасному світі, де панують інформаційні технології та сталі соціальні інституції, фольклор залишається важливим способом вираження культури, який змінюється разом із суспільством. Дослідниця сучасного фольклору Д. Голубієвська стосовно урбанізованого фольклору вважає доцільним використовувати три терміни: «новий фольклор» – фольклор, що виник на межі XIX–XX ст. і замінив фольклор класичний, та «фольклор сучасний» або «глобалізаційний» (Голубієвська, 2009, 170). Погоджуючись в цілому з цією думкою, додамо, що стосовно останнього можна послуговуватись і терміном «новітній», адже він означає «теперішній», «той, що з'явився нещодавно». На відміну від традиційного, новий фольклор виникав і поширювався переважно у міському середовищі, і наразі він продовжує існувати у міському просторі, включаючи міські легенди,

анекдоти, графіті та інші форми народної творчості. Фольклористка Н. Лисюк визначає таку народну творчість як «сукупність сучасних фольклорних жанрів, що побутують у містах (у тому числі у межах сформованих у соціумі окремих спільнот) та передаються за допомогою не тільки усної трансмісії, а й усього розмаїття сучасних засобів комунікації, якими володіє інформаційне суспільство» (Лисюк, 2012, с. 4).

В контексті цього дослідження інтерес також становить вторинний і низовий фольклор, які означила українська дослідниця фольклору І.Руснак, адже в них беруть участь аматори, які збагачують новий фольклор своїми інтерпретаціями та сенсами. Авторка визначає вторинний як «види й жанри, піддані словесно-музичному, хореографічному, театральному та іншим видам оброблення, які ... не є формами професійної творчості. Носії вторинного фольклору переважно аматори, учасники самодіяльності, любителі народної творчості» (Руснак, 2012, с. 5). А низовий фольклор авторка характеризує як «явище сучасної творчості, що виникає у середовищі самих носіїв» (Руснак, 2012, с. 261).

В осередку кожного історичного типу культури знаходиться певний спосіб мислення, що відображає людську свідомість у єдності її розумових і емоційних аспектів, а також суспільну психологію епохи. Індивід не лише живе в культурному просторі, а й творить його, взаємодіючи з його символічними й смисловими структурами. Взаємодіючи з культурними текстами, споживач культури інтерпретує культурні явища та формує певний метатекст. «Світ Культури, як дійсне середовище людини, її буття представляє собою єдність смислів і речей, відносно яких виникають суб'єктивно-особистісні значення і об'єктивовані смисли». (Ромадікіна, 2012). З появою інформаційного суспільства індивід отримав змогу самостійно обирати з усього культурного потоку значущі для нього культурні зразки, переосмислювати та самостійно комбінувати їх, створювати власні їхні модифікації. Яскравим прикладом цього процесу є Інтернет-фольклор як сучасна форма народної творчості, яка виникає, циркулює та трансформується у цифровому просторі. Це культурні тексти, образи, історії, жарти, меми, легенди та інші види творчого самови-

раження, які народжуються та поширюються у світовій мережі. В українському філософсько-культурологічному дискурсі така народна творчість увійшла як «постфольклор», який розуміється як різновид повсякденних комунікативних інтернет-практик постмодерної доби (Денисюк, 2017) чи Інтернет-фольклор мережевого суспільства, сучасний засіб масової комунікації (Voshchenko, 2023) та ін. Так, Ж.Денисюк також констатує, що «фольклорні форми, сполучаючись з новими способами комунікації та будуючись на інших, постмодерних принципах творення культурних зразків і текстів, постають новим явищем культури» (Денисюк, 2017, с. 5).

На нашу думку, поняття «новітній фольклор» є ширшим за обсягом, ніж «постфольклор», адже містить у собі не лише цифрову народну творчість, але й інші форми, зокрема, усе розмаїття міської аматорської культури. Сучасні українські дослідники до складу міського фольклору приєднують також анекдоти, легенди, казки, кричалки на підтримку футбольних команд, створені городянами. Н.Лисюк додає, що наразі також «сформовано цілу низку виключно письмових жанрів – це святи й Божі листи, листи щастя, побутові замовляння, рецепти магічних страв та ліків, графіті, написи на автівках, у маршрутках, святкові поздоровлення та весільні побажання тощо» (Лисюк, 2012, с. 72). Українська фольклористка І.Коваль-Фучило проаналізувала «листи щастя» як різновид новітнього фольклору. Вона пише: «Це вторинні форми жанрів, трансформовані форми листів. Найбільш поширені анекдот, поема, прислів'я й приказки, діалоги, молитви, поеми, вірші, міні-фільми» (Коваль-Фучило, 2010, с. 76).

У сучасній українській культурі новітній фольклор формується через кілька ключових механізмів. По-перше, це адаптація традиційного фольклору до сучасних реалій. Відбувається переосмислення народних символів, міфів та образів у сучасному медійному просторі через музику, відео, ілюстрації. Поєднуючись з сучасними технологіями створюються нова мова самовираження. Як свідчення трансформації фольклору у новітні форми можна навести приклади аматорської творчості про героїчний спротив українців теперішній російській агресії. О. Кузьменко показала, що

«сучасна новотворчість, яка охоплює і військових і цивільних, – справді народна. Вона проявляється у всіх жанрах фольклору, особливо мовленнєвих. Маємо нові приказки: «Скільки орка не годуй, він на Гаагу дивиться», «Назвався москалем – лізь у мішок». Маємо вже сатиричні замовляння: «Повітряна тривога – перейди до Таганрога, з Таганрога до Пітера, до бункерного пі...ра». Давній фольклор мотивує нові творчі зразки, які швидко фольклоризуються» (Кузьменко, 2023). В умовах війни кожен творчий українець може чинити супротив російський інтервенції, спираючись на багатовікову культурну практику попередніх поколінь, тому автори сучасного фольклору часто запозичують мотиви й сюжети з традиційної культури, поєднуючи їх із сучасними технологіями, естетикою й темами. О.Поліщук вказала, що «в нинішній культурі українського спротиву актуалізується героїка української народної казки – як архаїчно-древня, закорінена у дохристиянські часи, так і водночас живлена християнським світовідчуттям. Архетипна ж символіка давньоукраїнської казки, загадки, замовляння, колискової нині відсилає нас у часи, коли території прапрадавньої України так само боронилися від диких ворожих вторгнень» (Поліщук, 2022, с. 104). Фольклористка О.Кузьменко констатує, що новітня фольклорна творчість, як і у давнину, дегуманізує ворога, називаючи його і сучасними номенами («орки» чи «русня»), але частіше вживається давнє «москаль». «Фольклорна традиція нас не полишає. Коли вживаємо слово «москаль», на цю лексему працюють смисли минулого, особливо побутових анекдотів, казок про москалів. І тут можемо говорити про культурні етностереотипи, які формують суспільні візії, оприявнюються, працюють на різних платформах, зокрема у візуалізації образів окупантів» (Кузьменко, 2023). Тож, сучасний фольклор, зберігаючи базові принципи фольклорного мислення, відображає актуальні теми та проблеми, які хвилюють людей, у ньому проявляються нові цінності, ідеали, страхи й надії. І. Грищенко пише, що «окрім прямої реакції на подію суспільство може реагувати на поточні події і явища опосередковано. Не висловлюючи своєї думки з приводу якоїсь суспільної події, людина непрямом висловлює власне ставлення і стає таким чином активним учасником ланцюжку трансмісій і реплікації фольклор-

них текстів» (Грищенко, 2015, с. 86). Ці процеси демонструють динаміку взаємопроникнення традиційної та новітніх культурних форм у сучасних українських реаліях, створення нової мови культурного вираження.

По-друге, провідною характеристикою новітнього фольклору є цифровізація і пов'язана з цим, відкритість до інтерпретацій. Якщо в індустріальному суспільстві фольклор існував засобом консервації традицій і формування національної ідентичності, то в інформаційному він стає основою для інноваційних форм культурного вираження, адже формується через інтерактивність, переосмислення традиційних форм та активну участь аудиторії. Інформаційне суспільство стимулює інтерактивні форми спільнотворення (меми, фанфіки, ремікси) у цифровому просторі і перетворення аматорської творчості на постфольклор. У нових форматах обговорюють актуальні теми, формуючи нові культурні тренди. Н.Лисюк пише: «непрофесійна наївна література, яка миттєво відгукується на злобу дня, слугує контекстом для творчості власне фольклорної. Зокрема ця тенденція чітко увиразнюється у зв'язку з виходом фольклору у віртуальний простір, адже на тлі масового творчого підйому непрофесійних авторів-користувачів Інтернету спостерігається вибух вочевидь індивідуально-фольклорної творчості» (Лисюк, 2012, с. 78).

Цифрові платформи є майданчиками для аматорського творення й адаптації смислів у постфольклорі. Наприклад, коли користувач соціальних мереж знаходить цікавий елемент масової культури (скажімо, кадр з популярного фільму чи поширеної реклами) і трансформує його у мем, додаючи власний текст чи контекст, він створює постфольклорний продукт, якому властиві усі елементи культури постмодерну. Фрагментарність, інтертекстуальність, іронія, гра зі смислами, швидка реакція на поточні події є основними рисами новітніх фольклорних творів. О.Кравченко і Н. Федотова стверджують, що «користувачі мережі через лінгвокреативну діяльність оперативно реагують на соціально значущі події, транслюють ціннісні смисли й ідеали суспільства» (Кравченко, Федотова, 2022, с. 62). Кожен учасник мережевої комунікації може додавати власні сенси, роблячи постфольклор багатовимірним.

Соціальні мережі, платформи для обміну

контентом (YouTube, TikTok, Instagram) стали основними каналами для творення новітніх фольклорних форм. На цих майданчиках користувачі створюють та поширюють контент, який відображає актуальні суспільні події, особливо пов'язані з сучасною російсько-українською війною, політикою та повсякденним життям. Н.Мельник зазначає, що, «фольклорна свідомість досить швидко реагує на сучасну реальність, пропонуючи узагальнену, виважену й чітку концепцію людини та дійсності» (Мельник, 2021, с. 121). Це стає мотивом до появи нових культурних феноменів, які полегшують обмін смислами в нових умовах, часто через гумор чи іронію. Так, наразі популярними є українські новотвори про повномасштабну російську агресію, зокрема, меми про «руський військовий корабель», пса Патрона або легенда про «привид Києва».

В контексті творення популярної культури важливо зафіксувати, що відбувається (пере)осмислення та реконтекстуалізація сенсів, яка, з одного боку, відображає певну життєву позицію, а з іншого, впливає на конструювання культурної та національної ідентичності. І.Грищенко вказує, що сучасна аматорська творчість створює значну групу «фольклорних форм (міських легенд, жартів, чуток, мемів, страшилок, віршів, пародійних та пропагандистських віршів), де фольклорні тексти є не лише відображенням реакції суспільства на події-стимули, вони самі певним чином формують як відношення суспільства до поточних подій, так і ставлення до них» (Грищенко, 2015, с. 86).

У новітньому фольклорі можна виділити кілька типів творців:

1. «Природні» автори – це, переважно, медійні споживачі, які спонтанно створюють новітній фольклор (анекдоти, меми, фотожаби) на основі актуальних подій чи особистого досвіду. Фінансова незалежність дозволяє самодіяльним творцям виходити за межі стандартних культурних форм і продукувати контент, що відповідає їхнім особистим інтересам. Так, хтось публікує дотепний коментар у соціальних мережах, який потім починає «жити власним життям». Таким чином, креативним особам забезпечується платформа для комунікації та вираження своїх ідей без комерційного тиску.

2. Колективні автори – це спільноти в соціальних мережах, на форумах, де постфольклор продукується через взаємодію багатьох учасників, коли вони обговорюють, переосмислюють, модифікують, поширюють уподобаний контент. Приміром, розвиток інтернет-мему часто відбувається через колективну творчість, де популярність створеного тексту підвищує його відкритість для тлумачення та переосмислення різними субкультурними групами, які можуть знаходити в ньому суголосні власним ідентичностям смисли. Кожен учасник може додавати власні сенси, роблячи новітній фольклор багатовимірним.

3. Професійні творці контенту – блогери, медійники, які цілеспрямовано створюють вірусний контент. Але важливо розуміти, що їхні витвори стають постфольклором тільки за умови, коли спільнота починає їх активно переосмислювати, поширювати та видозмінювати.

Отже, постфольклор у мережевому середовищі виникає через спільнотворчість усіх зацікавлених. Він відзначається анонімістю (нерідко первинне авторство втрачається) або тексти оприлюднених в Інтернеті анекдотів чи інших продуктів народної творчості підписуються ніками своїх творців. Відтак тексти, поширювані у світовій мережі, призводять, за Р.Бартом, як і в середньовічній літературі, до смерті автора-Бога з власною біографією та вподобаннями, місце якого заступає безликий – «скриптор» – передавач, котрий народжується водночас з текстом (Барт, 1996, с. 382). Тож, у добу постмодернізму місце професійного автора заступає споживач культурного продукту, який віднаходить власний сенс у взаємопов'язаних частинах тексту.

Висновки. Отже, результати дослідження підтверджують, що популярна культура і новітній фольклор перебувають у постійному взаємовпливі, формуючи нові форми творчості, комунікації та ідентичності в цифрову добу. Ґрунтуючись на визначенні популярної культури та новітнього фольклору, доходимо висновку, що обидва культурні феномени пов'язані між собою, як ціле і його складова частина, а саме – новітній фольклор є формою популярної культури, оскільки твориться нефахівцями, які продукують зразки народної творчості як у міському просторі, так і у циф-

ровому середовищі (постфольклор), де відбувається постійне переосмислення та реконтекстуалізація смислів. Перспективою подальших

досліджень цієї проблеми може бути аналіз впливу штучного інтелекту на процеси колективної творчості.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Bourdieu P. *Le Sens Pratique. Collection Le sens commun*, 1980. 480 p.
2. Fiske J. *Reading the Popular*. Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group London and New York e-Library, 2005. 256 p.
3. Storey J. *Inventing popular culture: from folklore to globalization*. By Blackwell Publishing Ltd, 2003. 289 p.
4. Voshchenko V. Постфольклор як соціокультурний феномен мережевого суспільства. *Філософські обрії*. (47). 2023. С. 61–68. DOI:10.33989/2075-1443.2023.47.282558 (дата звернення 02.02.2025)
5. Барт Р. Від твору до тексту / переклад Юрія Гудзя. *Антологія світової літературно-критичної думки XX ст.* Львів : Літопис, 1996. 633 с.
6. Голубієвська Д. О. Фольклор міської вулиці: теоретико-методологічні пошуки. *Літературознавство. Фольклористика. Культурологія: збірник наукових праць* (№ 32). 2019. С. 162–172.
7. Грищенко І.В. Фольклоризація сучасної міжетнічної комунікації. *Nowoczesna edukacja: filozofia, innowacja, doswiadczenie*. Nr. 4. Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Informatyki I Umiejętności. 2015. S. 83–87.
8. Денисюк Ж. З. Постфольклор у парадигмі постмодерну: до постановки проблеми. *Культура і сучасність*. 2017. № 1. С. 3–8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kis_2017_1_3 (дата звернення 29.01.2025)
9. Коваль-Фучило І. Листи щастя XXI століття. *Міфологія і Фольклор*. 2010. № 3–4 (7). С. 72–79.
10. Кравченко О., Федотова Н. Мовна гра в інтернетних постфольклорних текстах періоду російсько-української війни. *Лінгвістика. Збірник наукових праць*. 2022. №2 (46). С. 60–71. DOI: 10.12958/2227-2631-2022-2-46-60-70 (дата звернення 01.02.2025)
11. Кузьменко О. Воєнний фольклор українців. *Локальна історія*. Веб-сайт: URL: <https://localhistory.org.ua/videos/bez-bromu/ukrayinskii-voennii-folklor-iak-zrozumiti-sebe-i-svogo-voroga-oksana-kuzmenko/> (дата звернення 29.01.2025)
12. Лисюк Н. А. Постфольклор в Україні. Київ : Агентство «Україна», 2012. 348 с.
13. Мельник Н. Сучасні народні твори про москалів: між фольклорною та постфольклорною свідомістю. *Літератури світу: поетика, ментальність і духовність*. 2021. № 15. С. 119–132.
14. Поліщук О. Б. Замовляння в українському мистецтві часів геноцидної війни Росії проти України. *Мова. Література. Фольклор*. 2022. № 1. С. 101–108.
15. Ромадікіна В. С. Метатекст культури в контексті художньої свідомості: аксіологічний аспект проблеми. Таврійські студії. Культурологія. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tsk_2012_2_9 (дата звернення 21.01.2025)
16. Руснак І. Є. Український фольклор. 2-ге видання, стереотипне. Київ : Академія, 2012. 304 с.

REFERENCES:

1. Bourdieu, P. (1980). *Le Sens Pratique. Collection Le sens commun*. 480 p.
2. Fiske, John (2005). *Reading the Popular*. Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group London and New York e-Library.
3. Storey, John (2003). *Inventing popular culture: from folklore to globalization*. By Blackwell Publishing Ltd.
4. Voshchenko, V. (2023). Postfolklor yak sotsiokulturnyi fenomen merezhevoho suspilstva. [Postfolklore as a socio-cultural phenomenon of the network society]. *Filosofski obrii*, (47), 61–68 [in Ukrainian].
5. Bart, R. (1996). Vid tvoruu do tekstu (pereklad Yuriiu Gudzia). *Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky* [From art to text. *Anthology of world literary and critical thought of the twentieth century*] XX st. Lviv: Litopys [in Ukrainian].
6. Holubiiivska, D. O. (2019). Folklor miskoi vulytsi: teoretyko-metodolohichni poshuky. [Folklore of the city street: Theoretical and methodological research]. *Literaturoznnavstvo. Folklorystyka. Kulturolohiia: zbirnyk naukovykh prats* (№ 32). s. 162–172 [in Ukrainian].
7. Hryshchenko, I.V. (2015). Folkloryzatsiia suchasnoi mizhetnichnoi komunikatsii [Folklorisation of modern inter-ethnic communication]. *Nowoczesna edukacja: filozofia, innowacja, doswiadczenie*. Nr. 4. Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Informatyki I Umiejętności. S. 83–87 [in Ukrainian].
8. Denysiuk, Zh. Z. (2017). Postfolklor u paradyhmi postmodernu: do postanovky problemy. [Postfolklore in the postmodern paradigm: towards a problem statement]. *Kultura i suchasnist*. № 1. S. 3–8. in Ukrainian].
9. Koval-Fuchylo, I. (2010). Lysty shchastia XXI stolittia. [Letters of happiness of the twenty-first century]. *Mifolohiia i Folklor*. № 3-4 (7). S. 72–79 [in Ukrainian].

10. Kravchenko, O., Fiedotova, N. (2022). Movna hra v internetnykh postfolklornykh tekstakh periodu rosiisko-ukrainskoi viiny.[Language play in online post-folklore texts of the Russian-Ukrainian war period]. *Linhvistyka. Zbirnyk naukovykh prats.* №2 (46). S. 60–71 [in Ukrainian].
11. Kuzmenko, O. (2023). Voiennyi folklor ukrainsiv.[War folklore of Ukrainians]. *Lokalna istoriia*. <https://local-history.org.ua/videos/bez-bromu/ukrayinskii-voiennii-folklor-iak-zrozumiti-sebe-i-svogo-voroga-oksana-kuzmenko/> [in Ukrainian].
12. Lysiuk, N. A. (2012). *Postfolklor v Ukraini* [Postfolklore in Ukraine]. K.: Ahentstvo «Ukraina», 348 s. [in Ukrainian].
13. Melnyk, N. (2021). Suchasni narodni tvory pro moskaliv: mizh folklornoiu ta postfolklornoiu svidomistiu [Contemporary folk poems about Muscovites: between folklore and postfolklore consciousness]. *Literaturny svitu: poetyka, mentalnist i dukhovnist.* № 15. S. 119–132 [in Ukrainian].
14. Polishchuk, O. B. (2022). Zamovliannia v ukrainskomu mystetstvi chasiv henotsydney viiny Rosii proty Ukrainy. [Orders in Ukrainian art from the time of Russia's genocidal war against Ukraine]. *Mova. Literatura. Folklor.* № 1. S. 101–108 [in Ukrainian].
15. Romadykina, V. S. (2012). Metatekst kultury v konteksti khudozhnoi svidomosti: aksiologichnyi aspekt problemy. [The Metatext of Culture in the Context of Artistic Consciousness: the Axiological Aspect of the Problem]. *Tavriiski studii. Kulturolohiia.* № 2. [in Ukrainian].
16. Rusnak, I. Ye. (2012). *Ukrainskyi folklor* [Ukrainian folklore]. 2-he vydannia, stereotypne. «Akademiia». 304 s. [in Ukrainian].