

УДК 398:304.4

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-6-49>**Сергій ДУДНИКОВ**

аспірант кафедри української філософії та культури філософського факультету, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

ORCID: 0009-0009-1388-2093

Бібліографічний опис статті: Дудніков, С. (2025). Постфольклор як інструмент формування національної ідентичності. *Fine Art and Culture Studies*, 6, 388–396, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-6-49>

ПОСТФОЛЬКЛОР ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Мета дослідження полягає у з'ясуванні впливу постфольклору на становлення та кристалізацію національної ідентичності.

Методологія. Дослідження ґрунтується на поєднанні підходів фольклористики, культурології та медіадосліджень. З огляду на це, теоретичну основу складають концепції постфольклору як форми трансформації традиційних культурних практик у сучасному цифровому середовищі та моделі формування колективної пам'яті та національної ідентичності. Такий підхід вимагає використання контент-аналізу, візуального і семантичного аналізу у поєднанні із загальними принципами герменевтики. Саме вони дозволяють інтерпретувати смислові й символічні структури постфольклорних текстів та визначати їхню роль у формуванні та кристалізації національної ідентичності.

Наукова новизна. Виникнення інформаційно-мережових способів та каналів комунікації сприяло появі якісно нової та функціональної форми народної творчості, яку в сучасному інтелектуальному дискурсі позначають терміном «постфольклор». На противагу фольклору, постфольклор не має прямої орієнтації на традицію і є результатом неформального щоденного спілкування, що відображає актуальний стан, емоції та цінності суспільства, тим самим задовольняючи його потребу спільної творчості та колективному осмисленню досвіду. Завдяки цьому постфольклор виходить за межі суто розважального мережевого контенту та перетворюється на дієвий інструмент реалізації національних стратегій.

Висновки. Класичний фольклор у сучасному світі переживає стрімкий занепад внаслідок руйнування традиційного соціокультурного середовища, яке забезпечувало його побутування та розвиток. Така ситуація породжує відчуття втрати національної пам'яті, спонукаючи еліти, державні інституції та громадянських активістів до відродження в урбанізованому середовищі «автентичної» традиції у формі фальшлору. Він зберігав зовнішній вигляд фольклорних творів, проте, вихолощуючи їхній первісний зміст, спричиняв десакралізацію, деритуалізацію та десемантизацію народної традиції, при цьому продовжуючи суттєво впливати на утвердження загальнонаціональної культури та ідентичності. Паралельно з фальшлором, який став штучним збереженням традиції, розвивався й постфольклор, який постає автентичною колективною творчістю, у процесі якої осмислюються події сьогодення та утверджуються спільні ідеали та цінності.

Ключові слова: фольклор, фальшлор, постфольклор, традиційне середовище, національна ідентичність, інформаційно-мережові канали комунікації.

Serhii DUDNIKOV

PhD student at the Department of Ukrainian Philosophy and Culture, Faculty of Philosophy, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 60 Volodymyrska Str., Kyiv, Ukraine, 01033

ORCID: 0009-0009-1388-2093

To cite this article: Dudnikov, S. (2025). Postfolklor yak instrument formuvannia natsionalnoi identychnosti [Post-folklore as an instrument for the formation of national identity]. *Fine Art and Culture Studies*, 6, 388–396, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-6-49>

POST-FOLKLORE AS AN INSTRUMENT FOR THE FORMATION OF NATIONAL IDENTITY

The purpose of the study is to determine the influence of post-folklore on the formation and crystallization of national identity.

The research methodology. The study is based on a combination of approaches from folklore studies, cultural studies, and media studies. With this in mind, the theoretical framework consists of concepts of post-folklore as a form of transformation of traditional cultural practices in the modern digital environment and models of collective memory and national identity formation. This approach requires the use of content analysis, visual and semantic analysis in combination with the general principles of hermeneutics. These principles allow us to interpret the semantic and symbolic structures of post-folklore texts and determine their role in the formation and crystallization of national identity.

The scientific novelty. The emergence of information and network methods and channels of communication has contributed to the emergence of a qualitatively new and functional form of folk art, which in contemporary intellectual discourse is referred to as "post-folklore". In contrast to folklore, post-folklore is free from direct orientation towards tradition and is the result of informal daily communication that reflects the current state, emotions, and values of society, thereby satisfying its need for joint creativity and collective understanding of experience. Thanks to this, post-folklore goes beyond purely entertaining online content and becomes an effective tool for implementing national strategies.

Conclusions. Classical folklore in the modern world is experiencing a rapid decline due to the destruction of the traditional sociocultural environment that ensured its existence and development. This situation creates a sense of loss of national memory, prompting elites, state institutions, and civic activists to revive "authentic" traditions in the form of fakelore in urban environments. It retained the outward appearance of folklore works, yet by stripping them of their original meaning, it caused the desacralization, deritualization, and desemantization of the folk tradition, while simultaneously continuing to significantly influence the establishment of nationwide culture and identity. Parallel to fakelore, which became an artificial preservation of tradition, post-folklore developed, which appears as authentic collective creativity, in the process of which current events are comprehended and common ideals and values are established.

Key words: *folklore, fakelore, post-folklore, traditional environment, national identity, information and network communication channels.*

Актуальність проблеми. Проблема формування національної ідентичності останніми роками залишається в центрі уваги українського суспільства. До неї звертаються науковці, політичні, культурні та громадські діячі, суспільні авторитети у прагненні консолідувати суспільство. Для цього вони презентують суспільству смисли та цінності, які задають напрям суспільного розвитку, водночас захищаючи його від дезінформації, а відтак і зовнішніх та внутрішніх загроз.

Не менше уваги проблемі формування національної ідентичності приділяють пересічні українці. Війна пробудила у них потребу чіткого розуміння «Хто Я?» задля вибудовування соціальної та світоглядної опори в часи, коли під впливом довготривалої війни стрімко руйнуються життєві орієнтири. За таких умов кожній окремій людині важливо відчувати належність до колективу, що не залишить її наодинці з небезпекою, водночас означить її статус та забезпечить діяльності сенс, що перевищуватиме буденні інтереси. Відчуття приналежності до такої спільноти нерідко забезпечують соціальні мережі та медіа, заповнюючи інформаційні стрічки дискусіями про мову, культуру, історію, символи, а подекуди й травми, завдані зовнішніми ворогами. Саме на їхньому тлі

в суспільній свідомості утверджується простір «Свого», який пропонує чітку та зрозумілу картину світу, тим самим консолідує спільноту чітко визначаючи її межі та завдання.

Стрімке зростання ролі медіа та соціальних мереж у формуванні національної ідентичності, супроводжується появою нових механізмів та інструментів формування національної ідентичності. У попередні століття вона формувалася та кристалізувалася з допомогою освіти (Гелнер, 2003), «друкарського капіталізму» (Андерсон, 2001), а згодом і центральних телевізійних каналів (Тоффлер, 2000), натомість сьогодні дедалі більше символів, смислів та образів створюється самими носіями культури, проте передаються нетиповими для традиційної фольклорної традиції засобами. Сучасні зразки народної творчості транслуються «у рукописній та машинописній формах, виходять друком у періодичних виданнях та окремими збірками з чималими накладками, а найчастіше розповсюджуються в електронній формі на спеціальних сайтах та форумах, а також розсилаються друзям та знайомим через електронну пошту й у вигляді SMS-ок (short message service) через мобільний зв'язок» (Лисюк, 2012, с. 70). Такі кардинальні зміни у механізмах культурної трансмісії дають підстави дослідникам

фіксувати появу постфольклору, як форми народної творчості, що адаптувалася до цифрового та медійного середовища. Завдяки цьому, традиційні сюжети й образи, так само як і нові форми народної творчості (демотиватори, фотожаби, меми, комікси, карикатури, гіфки тощо) змінюють формат поширення, що сприяє їхній стрімкій популяризації. При цьому, акумульовані ними емоції, образи, смисли, цінності та травми, залишаються зрозумілим зазвичай представникам однієї спільноти, що, на наш погляд, перетворює постфольклор на інструмент формування та кристалізації національної ідентичності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Попри важливість постфольклору для сучасної людини та культури загалом, дослідження цього відносно нового феномену залишаються край обмеженими. Сучасне академічне середовище все ще не розробило узгодженої методології для дослідження постфольклору, а тому його вплив на вироблення культурних смислів та формування колективної, в тому числі й національної ідентичності залишається недостатньо осмисленим. Водночас це зовсім не означає, що постфольклор не привертав уваги науковців. Окремі його аспекти вже знайшли відображення у працях В. Вощенко (Вощенко, 2023), Ж. Денисюк (Денисюк, 2017), Б. Столярчука та М. Остапчук-Будз (Столярчук &, Остапчук-Будз, 2025), С. Сторожук та Н. Кривди (Сторожук & Кривда, 2020), Н. Лисюк (Лисюк, 2012), Н. Никончук (Никончук, 2005), В. Бережного (Бережний, 2015) та низки інших українських дослідників. Їхні праці присвячені впливу мас-медіа на культуру, а відтак і суті, особливостям виникнення, трансмісії та основним жанрам постфольклору, між тим залишають поза своєю увагою його роль у процесі формування та кристалізації національної ідентичності.

У той час як в українській науці цікавість до постфольклору тільки починає зростати, закордонні науковці активно досліджують цей багатогранний феномен сучасності. Показовим прикладом в цьому контексті можуть стати роботи ізраїльської дослідниці інтернет-мемів Л. Шифман (Limor Shifman), яка у низці своїх праць обґрунтувала потребу розглядати меми не як розважальні картинки, а як нову форму комунікації та культурні тексти, що мають «явні» (прямі) цінності та «латентні» (приховані)

культурні повідомлення, а тому здатні формувати та транслювати культурні сенси. Завдяки цьому, як стверджує дослідниця, меми трансформуються в унікальну форму вираження особистої позиції, участі в суспільному дискурсі та створення спільних смислів (Shifman, 2019).

Цікавою та плідною у контексті дослідження постфольклору видається робота Дж. Дові та Г. Кеннеді (Jon Dovey & Helen W. Kennedy) «Ігрові культури: комп'ютерні ігри як нові медіа» („Game Cultures: Computer Games as New Media“, 2006). Хоча за змістом вона доволі віддалена від постфольклору, запропоновані вченими узагальнення істотно розширюють розуміння особливостей комунікації у цифровому світі. Це зумовлено тим, що в роботі комп'ютерні ігри експліковані не як розвага, а як нова форма медіа та культурне явище, що впливає на владні відносини та формує культурну ідентичність гравців. Таким чином гра перетворюється на культурну практику спрямовану не тільки розважати, а й формувати та транслювати сенси у процесі інтерактивної взаємодії в мережі (Dovey & Kennedy, 2006). На наш погляд, ці висновки можуть стати теоретичною основою для дослідження постфольклору, твори якого так само ширяться у цифровому світі шляхом інтерактивної взаємодії користувачів.

Низкою важливих для дослідження постфольклору ідей та висновків відзначаються й праці американського дослідника медіадосліджень і комунікацій Г. Дженкінса (Henry Jenkins). У широковідомій сьогодні роботі «Конвергенційна культура: Де стикаються старі та нові медіа» (“Convergence Culture”) вчений аргументовано показав, що сучасна культура розвивається у взаємодії старих і нових медіа, перетворюючи споживача, який коментує, обговорює чи редагує, на активного співтворця сенсу. Завдяки цьому, як стверджує дослідник, медіа-оповіді, фан-культура та цифрові практики створюють символи та наративи, що дозволяють аудиторії відчувати себе частиною єдиної культурної спільноти та формують сучасну культурну ідентичність (Jenkins, 2006).

Згадані нами напрацювання українських та закордонних вчених мають важливе значення для розуміння багатьох аспектів функціонування медіакультури, між тим тільки підводячи до розуміння ролі постфольклору у формуванні

та/чи кристалізації національної ідентичності як осереддя національної консолідації та внутрішньої безпеки держави.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні впливу постфольклору на становлення та кристалізацію національної ідентичності.

Виклад основного матеріалу. Реалізація поставленої мети з необхідністю передбачає окреслення теоретичних засад постфольклору, окремі дослідження якого в українському інтелектуальному дискурсі почали з'являтися тільки в останні десятиліття. Саме в цей час, учені почали звертати увагу та переосмислювати з нових теоретичних позицій дещо песимістичні висновки засновників та теоретиків української фольклористики (М. Цертелєва, М. Максимовича, П. Лукашевича та П. Куліша, П. Чубинського) XIX ст., які, за довго до її становлення як науки, констатували згасання традиційної народної творчості, що, зрештою, й спонукало їх збирати та фіксувати пам'ятки старовини (Golovakha-Nicks, 2006, p. 221). Поява цих песимістичних оцінок, на думку Н. Лисюк, була спричинена тогочасними цивілізаційними зрушеннями: «від початку XX ст. почало зникати середовище, що продукувало цю культуру, а піррова перемога міста над селом призвела до відчутного скорочення кількості носіїв традиційного фольклору – селян» (Лисюк, 2012, с. 28). Доволі руйнівними, як цілком справедливо зауважує дослідниця, «стали й соціальні катаклізми XX ст., і надмір уваги до фольклору з боку радянської держави, що розглядала його як потужний чинник ідеологічного впливу на маси й робила спроби підмінити автентичний фольклор “радянським фольклоризмом” і бюрократичне втручання в систему народної культури, яке докорінно змінювало її структуру і зміст, й безпрецедентні переслідування її носіїв у радянські часи: аж до середини 1980-х років сільська адміністрація забороняла колядувати, ходити з вертепом, співати гаївки, відправляти Купала (Лисюк, 2012, с. 28–29).

Згасання народної творчості, що розпочалося разом зі згасанням середовища, що забезпечувало її існування та розвиток, помітно прискорилося після проголошення незалежності України (Лисюк, 2012, с. 29). Прагнення відродити репресовані українські традиції тільки на перший погляд реанімувало витіснену тоталітарною державою культурну спадщину, бо

насправді призвело до переходу фольклорної традиції з активної у пасивну форму. Нерідко цей процес супроводжувався ще й уніфікацією регіональних традицій, особливості яких поступово втрачали виразність і перетворювалися на складники ширшого культурного простору, в межах якого формувалися спільні загальнонаціональні символи та маркери ідентичності. Далеко не останню роль у цьому процесі відігравали й масмедіа, завдяки яким регіональні традиції перестали існувати в ізольованих локальних середовищах, а стали загальнонаціональним надбанням. Означені процеси, як доводить Н. Лисюк, спричинили десакралізацію, деритуалізацію і навіть десемантизацію народної традиції, що, зрештою, призвело до «до вихолощення змісту творів за збереження зовнішньої оболонки суто декоративного плану» (Лисюк, 2012, с. 33).

Занепад та модифікація традиційної культури, яка, як показав свого часу І. Нечуй-Левицький (Нечуй-Левицький, 2003), постала на тлі міфологічного світогляду, більш виразно проявилася з приходом цифрової епохи. Вона, як відомо, істотно пришвидшила обмін інформацією та змінила логіку самої комунікації. На зміну локальній усній традиції з притаманною їй прямою комунікацією між людьми, прийшли мережеві моделі комунікації, які дали змогу миттєво передавати культурні смисли на великі відстані та необмеженій аудиторії. Ці зміни, помітно послабили роль локальної громади як середовища творення й збереження фольклорних традицій, які все частіше набували форми «фальшлору» («*fakelore*») (Dorson, 1976). Його розвиток в сучасному світі тісно пов'язаний зі спробами відродити фольклорні традиції у нетипових для них соціокультурних умовах. До прикладу можна згадати сформовані ще на зорі індустріалізації та модернізації державні практики свідомого формування «народної культури», нерідко з вигаданими або перебільшеними елементами, свідченням чому стала т. зв. «шароварщина». Не менш показовими в цьому контексті видаються й різного роду фольклорно-тематичні заходи, зокрема ті, що проводяться в парку «Київська Русь». Зазвичай вони відтворюють мотиви давньоруської культури, проте через постановочний характер, орієнтацію на розвагу та туристичний інтерес, не зберігають автентичності народних традицій,

тим самим залишаючись типовим прикладом фальшлору.

Поширені в модерному урбаністичному світі практики реанімації фольклору, мережевий світ доповнює власними варіантами фальшлору. В цьому контексті можна згадати характерне для українських реалій створення та/чи переписування біографій історичних осіб з метою надання їм неіснуючих міфологічних рис, яскравим прикладом чому можуть стати популярні сьогодні історії про Івана Сірка або ж створення символічних знаків язичницьких богів, «захисних оберегів» та обрядових практик, представниками неоязичництва. Чільне місце у цьому переліку належить і «лікувальним сумішам» народної медицини, різного роду замовлянням, стародавнім кулінарним рецептам тощо. Всі ці твори є сконструйованим та штучно стилізованим під старовину продуктом кабінетної вигадки, а не узагальненим підсумком колективної мудрості. Імітована ними автентичність слугує прагматичним цілям – від комерційної вигоди до ідеологічного замовлення, тоді як справжній фольклор є безкорисливим проявом народного досвіду.

В сучасному інтелектуальному дискурсі фальшлор зазвичай оцінюють тільки як негативне вище, ігноруючи той факт, що в радянський період саме інституційні форми відтворення традиції відіграли вирішальну роль у формальному збереженні та популяризації окремих елементів народної традиції, а з ними й української ідентичності. Натомість в сучасному інформаційно-мережевому світі, де, як показала американська дослідниця Ш. Теркл (Sherry Turkle), технології та численні комунікаційні платформи забезпечують тільки ілюзію близькості, прирікаючи людину на самотність (Turkle, 2011), фальшлорні практики відіграють важливу терапевтичну функцію: вони забезпечують безпосередню міжособистісну взаємодію на рівні певного закладу, вулиці, села, міста, регіону тощо. Завдяки їй людина відчуває матеріальну, культурну та історичну присутність традиції, що, зрештою, забезпечує виробленню у неї відчуття приналежності до певної спільноти. Не варто забувати й того, що спрощені форми фальшлору легко і розважливо привертають увагу аудиторії до народної традиції, тим сам забезпечуючи цікавість до вивчення народних традицій чи збереження національної ідентичності.

Попри важливу роль фальшлору у житті сучасної людини, він залишається штучним витвором, позбавленим автентичної колективної основи та первісного сакрального змісту. Хочемо ми того чи ні, але поява нових форм комунікації у результаті стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, як цілком справедливо стверджує українська науковиця Ж. Денисюк, зруйнувала необхідність усної традиції, як способу побутування та передачі значущої інформації, культурних норм і цінностей. Втім, зауважує в продовження своєї думки дослідниця, це зовсім не скасовує потреби людини у сприйнятті чи осмисленні навколишнього світу у фольклорних формах. В нових соціокультурних умовах, вони, «сполучаючись з новими способами комунікації та будуючись на інших, постмодерних принципах творення культурних зразків і текстів, постають новим явищем культури» (Денисюк, 2017, с. 5).

Переміщення колективної творчості у віртуальне мережеве середовище, супроводжувалося змінами у формі, жанрах, соціальних механізмах вироблення, збереження та поширення фольклору, тим самим сприяючи його перетворенню у постфольклор. Його твори втрачають зв'язок з традицією, «який яскраво ілюстрував особливості повсякденної комунікації в межах різних спільнот – професійних, вікових, соціальних» (Вощенко, 2023, с. 63), трансформуючись у колективний інструмент для рефлексії та іронічного осмислення найгостріших викликів сьогодення. В цьому контексті можна згадати меми, флешмоби, інтернет-жарти, вірусні наративи тощо, з допомогою яких суспільство дає блискавичну та іронічну відповідь на значущі події та кризи (політичні зміни, пандемії, війни, соціальні конфлікти).

Від класичного фольклору, який вимагав десятилітньої традиції, постфольклор відрізняється не тільки швидкістю творення чи особливостями трансмісії, а й розмаїттям візуальних форм поширення інформації. Це, як стверджує В. Вощенко, зумовлено тим, що постфольклор, який «розвивається й передається в процесі щоденних комунікаційних взаємодій, використовує культурні надбання шляхом цитування, запозичення знань попередніх епох, здійснює знакове шифрування смислів, транслювання актуальних цінностей і висловлювань» (Вощенко, 2023, с. 64). У висліді цього

відбувається поступове переміщення фольклору з усної в письмову форму, завдяки чому «писемні й аудіотехнічні засоби передавання інформації не лише претендують на рівноправність, але й стають ледь не переважним комунікативним типом» (Лисюк, 2012, с. 71). Така зміна призводить до того, що більшість таких постфольклорних текстів викає в урбанізованому середовищі й фіксуються з допомогою технічних засобів, що, на думку Н. Лисюк, призводить «до послаблення, а то й втрати одної з найвагоміших ознак традиційного фольклору – варіативності» (Лисюк, 2012, с. 71).

Доволі специфічною рисою постфольклору, як нам видається, стала характерна для нього тенденція до використання класичних ЗМІ (газет, радіо, ТБ) для творення та трансмісії фольклорних текстів. В цьому контексті можна згадати розважальні телепередачі типу «Анекдоти по-українськи» (2009–2011, «Інтер»), або ж «Битва екстрасенсів» (2007–2022, «СТБ») тощо. Не менш показовим прикладом можуть стати популярні серед читачів, особливо т. зв. «жовтої преси» чутки, плітки, міські легенди, анекдоти, пародії, карикатури тощо. Окрему групу постфольклорної творчості посідають політичні ток-шоу. Нерідко вони перенасичені незграбними, абсурдними або надмірно емоційними заявами політиків, які миттєво стають об'єктом глузування в соціальних мережах. Не оминають їх увагою й провідні телеканали та інтернет-видання (УНІАН, ТСН, 24 Канал тощо), які систематично пропонують своїй аудиторії добірки мемів чи відеонарізок із ключовими фразами певних політиків. На наш погляд, така діяльність ЗМІ легітимізує мем, водночас виводячи його з нішевого мережевого фольклору в масовий дискурс.

Здатність постфольклору реагувати на злободенні виклики суспільства, на думку Ж. Денисюк, споріднює його з карнавальними формами традиційної низової культури, тим самим даючи можливість вважати його своєрідною «маніфестацією вільного оцінного судження актуальних явищ дійсності, долаючи офіційно цензуровані та табуйовані теми. Можливість анонімного спілкування в інтернеті (прикрившись умовною віртуальною маскою) та вільне поширення як творів, які подобаються, так і власної творчості, створює живе культурно-інформаційне середовище, яке є вмістилищем

відтворення досвіду суспільства, його системи цінностей, стереотипів та міфологем, що відповідають потребам і запитам масової свідомості» (Денисюк, 2017, с. 6). Звісно, це не робить постфольклор проявом абсолютно вільної творчості, оскільки з його появою активні та колективні форми побутування традиційного фольклору у цифровому середовищі зазвичай поступаються місцем пасивно-колективним. Водночас реагуючи, коментуючи чи адаптуючи постфольклорний контент, користувачі включаються у колективну творчість, забезпечуючи їй якщо не варіативність, то соціальне життя.

Специфіка, особливості виникнення та трансмісії постфольклору (його мережева оперативність, гібридний формат та реактивний характер), на наш погляд, перетворюють його на один з найбільш дієвих механізмів формування та кристалізації національної ідентичності. Реалізація цього завдання, як визначено першою, і на наш погляд, головною стратегічною ціллю «Операційного плану заходів з реалізації у 2023-2025 роках Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року» (Постанова Кабінету Міністрів України № 1322, 2023) передбачає «утвердження в суспільстві патріотичної свідомості, поваги до державних символів, суспільно-державних (національних) цінностей України, розуміння їх важливості для становлення держави, державної мови як національної цінності та важливого атрибута національної та громадянської ідентичності» (Постанова Кабінету Міністрів України № 1322, 2023). В модерному світі практичне втілення цього завдання забезпечувала офіційна система освіти, наукові установи, книгодрукування, центральні канали телебачення, масові рухи, громадські організації та лідери нації, які, як свідчить приклад Д. Донцова, формували ідеологічну та культурну основу для мобілізації переважно активної частини суспільства навколо спільних завдань та цілей (Сосновський, 1974). Сьогодні ж соціокультурна ситуація істотно змінилася: розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дозволив трансформувати офіційні патріотичні наративи на живий, доступний і емоційно резонуючий колективний контент (меми, жарти, вірусні фрази), що швидко поширюється і мобілізує не лише національно свідомі еліти, а й усе

суспільство як до спільного переживання актуальних подій та викликів, так і до вироблення спільного комунікативного, культурного та ціннісного простору. До прикладу згадаємо меми, які швидко розповсюджуються в середовищі, що має спільну базу знань (про політиків, події сьогодення, історію) та цінності (свобода, гідність, іронія над злом), перетворюючи «сухі» знання та абстрактні ідеї на доступний, живий контент, який об'єднує суспільство. Не меншою мірою цьому сприяють і широко поширені мемні-фрази та вислови («Астанавітесь!» чи «А сьогодні в завтрашній день не всі можуть дивитися. Точніше дивитися можуть не тільки лиш усі, мало хто може це робити» та ін.), які легко та з гумором кристалізують комунікативний простір, несвідомо закладаючи повагу до мови та мотивуючи суспільство до розвитку комунікативних навичок.

Не варто забувати й того, що постфольклор – це результат народної творчості, а відтак не потребує додаткового фінансування, що робить його дієвим інструментом популяризації та збереження культурної спадщини й культурних цінностей України. В цьому контексті можна згадати мережеві твори (меми, відео, пости), (меми, відео, публікації), що містять елементи національної символіки (тризуб, вишиванка, певні історичні постаті), елементи традиційної культури (міфи, казки, соціокультурні практики, народна поезія тощо). Попри ризик вульгаризації, нерідко саме вони виводять культурний спадок з музейного контексту у повсякденне спілкування, тим самим сприяючи відродженню національної пам'яті та спонукаючи суспільство до вивчення власної історії, традицій та цінностей, знання яких забезпечує зростання «активної життєвої та громадянської позиції» (Постанова Кабінету Міністрів України № 1322, 2023).

Загалом немає підстав сумніватися в тому, що постфольклор завдяки своїй доступності та універсальності гумористичного коду (мемів, крилатих фраз) перетворюється на один з найбільш ефективних інструментів формуванню та збереження української ідентичності, в тому числі й у громадян, які проживають за кордоном та на тимчасово

окупованій території. Поширюючись альтернативними до офіційних каналів інформації, твори постфольклору наразі виступають чи не головним живим каналом колективної солідарності, формуючи спільний для всього суспільства комунікативний, культурний та ціннісний простір.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У сучасному світі класичний фольклор стрімко занепадає внаслідок руйнування середовища, що забезпечувало його побутування та розвиток. Така ситуація породжує відчуття втрати національної пам'яті, спонукаючи еліти, державні інституції та громадянських активістів до відродження в урбанізованому середовищі «автентичної» традиції у формі фальшлору. Він зберігає зовнішній вигляд фольклорних творів, проте позбавляє їх первісного змісту, спричиняючи тим самим десакралізацію, деритуалізацію та десемантизацію народної традиції, при цьому продовжуючи суттєво впливати на утвердження загальнонаціональної культури та ідентичності. Паралельно з фальшлором, який став штучним збереженням традиції, розвивається якісно нова та функціональна форма живої народної творчості – постфольклор. Його поява стала закономірною відповіддю суспільства на появу нових – інформаційно-мережевих – форм та каналів комунікації. На відміну від фольклору та фальшлору, постфольклор втрачає орієнтацію на традицію та у процесі щоденного, зазвичай гумористичного (мемів, крилатих фраз) спілкування відображає актуальний стан, емоції та цінності суспільства, тим самим задовольняючи потребу людини у спільній творчості та колективному осмисленні досвіду. Це дає йому можливість вийти за межі суто розважального контенту та стати дієвим інструментом формування національної ідентичності.

Обґрунтована здатність фальшлору та постфольклору впливати на формування й кристалізацію національної ідентичності, відкриває нові перспективи для дослідження механізмів їхнього функціонування у сучасному цифровому середовищі та можливостей інтеграції цих явищ у стратегії культурної політики та національної консолідації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Андерсон Б. Уявлені спільноти. Міркування щодо походження й поширення націоналізму. К.: Критика, 2001. 272 с.
2. Бережний В. Жанрова специфіка анекдоту і постфольклор. Літературознавство. Фольклористика. Культурологія. 2015. № 18–20. С. 32–41.
3. Вощенко В. Ю. Постфольклор як соціокультурний феномен мережевого суспільства. Філософські обрії, 2023. № 47. С. 61–68. <https://doi.org/10.33989/2075-1443.2023.47.282558>
4. Гелнер Е. Нації та націоналізм; Націоналізм: Пер. з англ. К.: Таксон, 2003. 300 с.
5. Денисюк Ж. З. Постфольклор у парадигмі постмодерну: до постановки проблеми. Культура і Сучасність. 2017. № 1. С. 3–8. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2017.148876>
6. Лисюк Н. А. Постфольклор в Україні. Київ : Агентство «Україна», 2012. 347 с.
7. Нечуй-Левицький І. С. Світогляд українського народу : ескіз української міфології. Київ : Обереги, 2003. 144 с.
8. Никончук Н. Усна народна творчість та постфольклор у житті сучасної людини: повернення до пережитків чи нові тенденції розвитку? / *Наукові записки Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України* / За ред. С.Д. Максименка. К.: Главник, 2005. Вип. 26, В 4-х томах, Т. 3. С. 220-224.
9. Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2023–2025 роках : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.12.2023 № 1322 / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1322-2023-%D0%BF> (дата звернення: 24.11.2025).
10. Сосновський М. Дмитро Донцов: політичний портрет : з історії розвитку ідеології українського націоналізму. Нью-Йорк; Торонто : Trident International, 1974. 419 с.
11. Столярчук Б., Остапчук-Будз М. Інтернет-фольклор як комунікативний феномен в українському мережевому просторі. Нова педагогічна думка. 2025. Т. 121, № 1. С. 100–108. doi: 10.37026/2520-6427-2025-121-1-100-108.
12. Сторожук С. В., Кривда Н. Ю. Вплив медіа на колективну пам'ять. Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія. 2020. Т. 11, № 1. doi: 10.31548/hspedagog2020.01.090.
13. Тоффлер Е. Третя Хвиля / Пер. А. Євса. К.: Вид. дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
14. Dorson R. M. Fakelore. In: *Folklore and Fakelore: Essays Toward a Discipline of Folk Studies*. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1976. Pp. 1–30.
15. Dovey J., Kennedy H. W. *Game Cultures: Computer Games as New Media*. Maidenhead : Open University Press, 2006. 184 p.
16. Golovakha-Hicks I. Demonology in Contemporary Ukraine: Folklore or Postfolklore? *Journal of Folklore Research*. 2006. Vol. 43. № 3. P. 219–240. doi: 10.1353/jfr.2007.0001.
17. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press, 2006. 352 p.
18. Shifman L. *Internet memes and the twofold articulation of values. Society and the Internet: How Networks of Information and Communication Are Changing Our Lives*. 2nd ed. Oxford : Oxford University Press, 2019. P. 43–57. DOI: 10.1093/oso/9780198843498.003.0003.
19. Turkle S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York : Basic Books, 2011. xvii, 360 p.

REFERENCES:

1. Anderson, B. (2001). *Uyavleni spilnoty. Mirkuvannia shchodo pokhodzhennia y poshyrennia natsionalizmu* (per. z anhl. V. Morozov). [Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Revised Edition]. Kyiv: Krytyka. (in Ukrainian).
2. Berezhnyi, V. (2015). *Zhanrova spetsyfika anekdotu i postfolklor*. [The genre specificity of anecdotes and post-folklore]. *Literaturoznavstvo. Folklorystyka. Kulturolohiia*, (18–20), 32–41. (in Ukrainian).
3. Voshchenko, V. Yu. (2023). *Postfolklor yak sotsiokulturnyi fenomen merezhevoho suspilstva*. [Post-folklore as a sociocultural phenomenon of network society]. *Filosofski obrii*, (47), 61–68. <https://doi.org/10.33989/2075-1443.2023.47.282558> (in Ukrainian).
4. Gelner, E. (2003). *Natsii ta natsionalizm*. [Nations and Nationalism]. (Per. z anhl. H. Kasianov). Kyiv: Takson. (in Ukrainian).
5. Denysiuk, Zh. Z. (2017). *Postfolklor u paradyhmi postmodernu: do postanovky problemy*. [Post-folklore in the postmodern paradigm: raising the issue]. *Kultura i Suchasnist*, (1), 3–8. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2017.148876> (in Ukrainian).

6. Lysiuk, N. A. (2012). Postfolklor v Ukraini. [Post-folklore in Ukraine]. Ahentstvo «Ukraina». (in Ukrainian).
7. Nechui-Levytskyi, I. S. (2003). Svitohliad ukrainskoho narodu: Eskiz ukrainskoi mifolohii. [The worldview of the Ukrainian people: An outline of Ukrainian mythology]. Oberehy. (in Ukrainian).
8. Nykonchuk, N. (2005). Usna narodna tvorchist ta postfolklor u zhytti suchasnoi liudyny: Povernennia do perezhyt-kiv chy novi tendentsii rozvytku? [Oral folk art and post-folklore in the life of modern man: A return to the past or new trends in development?]. U S. D. Maksymenko (Red.), Naukovi zapysky Instytutu psykholohii im. H. S. Kostiuka APN Ukrainy (Vyp. 26, T. 3, s. 220–224). Hlavnyk. (in Ukrainian).
9. Postanova № 1322 vid 15.12.2023. [Resolution No. 1322 dated December 15, 2023.]. Kabinet Ministriv Ukrainy. (2023). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1322-2023-%D0%BF> (24.11.2025). (in Ukrainian).
10. Sosnovskiy, M. (1974). Dmytro Dontsov: Politychnyi portret: Z istorii rozvytku ideolohii ukrainskoho natsion-alizmu. [Dmytro Dontsov: Political Portrait: From the History of the Development of Ukrainian Nationalist Ideology.]. Trident International. (in Ukrainian).
11. Stoliarchuk, B., & Ostapchuk-Budz, M. (2025). Internet-folklor yak komunikatyvnyi fenomen v ukrainskomu merezhovomu prostori. [Internet folklore as a communicative phenomenon in Ukrainian cyberspace]. Nova pedahohichna dumka, 121(1), 100–108. <https://doi.org/10.37026/2520-6427-2025-121-1-100-108> (in Ukrainian).
12. Storozhuk, S. V. & Kryvda, N. Yu. (2020). Vplyv media na kolektyvnu pamiat. [The influence of media on collec-tive memory]. Humanitarni studii: pedahohika, psykholohiia, filozofia, 11(1), 90–100. (in Ukrainian).
13. Toffler, A. (2000). Tretia khvylya [The third wave]. (A. Yevsa, Per.). Vyd. dim «Vsesvit». (in Ukrainian).
14. Dorson, R. M. (1976). Fakelore. In Folklore and fakelore: Essays toward a discipline of folk studies (pp. 1–30). Harvard University Press.
15. Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2006). Game cultures: Computer games as new media. Open University Press.
16. Golovakha-Hicks, I. (2006). Demonology in contemporary Ukraine: Folklore or postfolklore? Journal of Folklore Research, 43(3), 219–240. <https://doi.org/10.1353/jfr.2007.0001>.
17. Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press.
18. Shifman, L. (2019). Internet memes and the twofold articulation of values. In Society and the Internet: How net-works of information and communication are changing our lives (2nd ed., pp. 43–57). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198843498.003.0003>.
19. Turkle, S. (2011). Alone together: Why we expect more from technology and less from each other. Basic Books.

Дата першого надходження статті до видання: 14.11.2025

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 11.12.2025

Дата публікації (оприлюднення) статті: 31.12.2025