

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет соціальних наук та соціальних технологій

Кафедра політології

Дипломна робота

Освітній ступінь – бакалавр

На тему: **«РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТУ У ЗДІЙСНЕННІ
ПОЛІТИЧНОЇ ПРОСВІТИ ТА ФОРМУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОЇ
СВІДОМОСТІ»**

Виконав: студент 4-го року навчання

Спеціальності

052 Політологія

Трохименко Дарія Вікторівна

Керівник Чабанна М. В.

Доктор політичних наук, доцент кафедри

політології

Рецензент Гнатюк Микола Миколайович

Бакалаврська робота захищена

З оцінкою _____

Секретар ЕК _____

« » _____ 20__ р.

Київ – 2022 р.

ПЛАН

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І. ПОЛІТИЧНА ПРОСВІТА ТА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ПРОСВІТИ. ВПЛИВ ЗМІ НА ПРОСВІТНИЦЬКИЙ ПРОЦЕС.....	6
1.1. Визначення поняття «політичної просвіти» та її ознаки	6
1.2. ЗМІ як інструмент здійснення просвіти	9
1.3. Суб'єкти політичної просвіти.....	11
РОЗДІЛ ІІ. РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТУ У ЗДІЙСНЕННІ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОСВІТИ	16
2.1. Визначення поняття культурного продукту	16
2.2. Символи, архетипи та міфи культурного продукту як інструменти просвіти	19
2.3 Вплив ЗМІ на розповсюдження культурних продуктів	22
РОЗДІЛ ІІІ. ПОНЯТТЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СВІДОМОСТІ ТА ЇЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ НАЦІОНАЛЬНИМ КУЛЬТУРНИМ ПРОДУКТОМ	26
3.1 Визначення поняття громадянської свідомості.....	26
3.2 Вплив національного культурного продукту на громадянську свідомість.....	28
3.3 Дії держави та суб'єктів політичної просвіти спрямовані на формування громадянської свідомості за допомогою культурного продукту	33
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	40

ВСТУП

Україна багата своєю культурою, яка формувалася протягом століть, попри спроби ворожих урядів її заборонити чи знищити. Національна культура є відображенням генетичного коду нації та слугує об'єднуючим фактором для українських громадян, втілює самобутність, неповторність та незалежність українського народу, а її практичне застосування втілюється у національних культурних продуктах. Наразі українські культурні продукти не лише відроджуються, але й розвиваються, позиціонуючи себе конкурентоспроможними у боротьбі за привернення уваги як наших співвітчизників, так і міжнародної спільноти.

Актуальність дослідження. Україна прямує до демократії, прагнучи сформувати у нації громадянську свідомість. Однак глобалізаційні процеси, зовнішня загроза від сусідньої держави та пропаганда різних політичних сил у боротьбі за владу кидають виклик вихованню громадянської свідомості українців. Таким чином, в українській культурі донедавна акумулювали такі політичні міфи, як поділ України між Заходом та Сходом, України як стражденної нації, які чинять деструктивний вплив на консолідацію українського народу та залучення громадян до розбудови нашої держави, адже вони не повністю усвідомлюють самобутність України, коли все ще існують пострадянські дискурси. Виникає необхідність політичної просвіти громадян, аби зруйнувати деструктивні міфи та популяризувати конструктивні, що будуть мати позитивний вплив на громадянську свідомість, апелюючи до єдності, відкритості, гостинності, колективної свідомості нації. Національні культурні продукти є потужним інструментом у руках суб'єктів просвіти, адже в них закладені ті символи та знаки, що будуть формувати нові міфи та консолідувати їхніх споживачів.

Метою роботи є визначити роль виробництва та поширення національних культурних продуктів у здійсненні політичної просвіти з ціллю сформувати громадянську свідомість населення.

Відповідно до заданої мети, **завданням** роботи є:

- 1) Розкрити значення понять «просвіта» та «політична просвіта», охарактеризувати суб'єктів просвіти;
- 2) Охарактеризувати поняття культурного продукту та вивчити його специфіку;
- 3) Розкрити значення поняття «громадянської свідомості» та проаналізувати вплив політичної просвіти на неї;
- 4) Визначити взаємозв'язок між громадянською свідомістю та національним культурним продуктом.

Об'єктом дослідження є політична просвіта як умова формування громадянської свідомості.

Предметом дослідження є національний культурний продукт як інструмент політичної просвіти та громадянської свідомості.

Для досягнення поставленої мети у межах роботи були використані такі **методи дослідження**: логіко-семантичний метод, що допоміг у визначенні поняття політичної просвіти, культурного продукту та громадянської свідомості, системний метод, який допоміг дослідити поняття національного культурного продукту у взаємодії з впливом на громадянську свідомість, компаративістський метод, що допоміг розрізнити поширення культурних продуктів з метою просвіти та з метою пропаганди, метод спостереження, що допоміг встановити взаємозв'язок між попитом на національний культурний продукт та громадянською свідомістю українців, був використаний дискурс-аналіз, що допоміг проаналізувати дискурс російських культурних продуктів стосовно інших націй, зокрема української.

У своїх роботах концептуалізацією поняття просвіти та визначення суб'єктів просвіти займалися такі автори, як: Б. Пукшанський, В. Кузнецов, С. Кисельов, К. Цвинар та В. Черняк; питання культурного продукту та його характерні ознаки розглядати у своїх роботах К. Касія та Л. Айелло, П. Бурдє, К. Юнг, М. Рукосуєва та вітчизняні Т. Філіна, В. Кириленко та Т. Федоренко, У. Стефанчук, окремо поняття культуріндустрії визначили Т. Адорно та М. Горкгаймер; поняття громадянської свідомості та її характерні ознаки, взаємозв'язок із культурою розглядали у своїх роботах такі вітчизняні вчені, як Н. Ісаєва, В. Барабаш, Л. Зарванська, С. Рябов, О. Дем'янчук.

Структура роботи. Дана робота складається зі вступу, трьох розділів, що включають до себе дев'ять підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 47 сторінок.

РОЗДІЛ І. ПОЛІТИЧНА ПРОСВІТА ТА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ПРОСВІТИ. ВПЛИВ ЗМІ НА ПРОСВІТНИЦЬКИЙ ПРОЦЕС

1.1. Визначення поняття «політичної просвіти» та її ознаки

Розглядаючи поняття «просвіти» у словнику української мови, ми можемо побачити, що це поняття означає те саме, що й «освіта», а точніше застаріле його значення¹. Однак, з таким вичерпним значенням можна не погодитися, адже слово широко вживане й у нашій буденності, і містить дещо іншу множину значень.

У роботі Б. Пукшанського «Про роль просвіти в сучасній освіті» він чітко розмежовує ці поняття, пояснюючи, що просвіта – це «найбільш глибокий, культурний пласт освіти, культурна зрілість особистості (суспільства), високий рівень виховання (як морального, так і інтелектуального), розумовий розвиток, свобода від невігластва та забобонів»². До суб'єктів просвіти автор відносить вчителів, викладачів, письменників філософів, культурних діячів тощо. До задач: навчити індивіда самостійно займатися процесом самопросвіти³. Як бачимо, поняття прихованого впливу в цьому випадку виключається, адже освічена особистість в результаті просвітницької роботи, стає одночасно і суб'єктом і об'єктом просвіти, шляхом самостійного вибору, пошуку раціонального знання та культурного самовиховання.

Крім того, поняття слід розрізняти від філософської течії «просвітництва», межі якого закінчуються 19-им століттям, однак ця течія дала ідейні засади до

¹ Словник Української мови [Електронний ресурс] // Інститут мовознавства імені О. О. Потебні Національної академії наук України – Режим доступу до ресурсу:
<http://www.inmo.org.ua/sum.html?word=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0>

² Пукшанский, Борис Яковлевич. "О роли просвещения в современном образовании." Записки горного института 221 (2016). – С. 766.

³ Так само. – С. 770-771.

процесу просвіти, зокрема, зосередження на раціональному знанні, розвиток людства через знання.

Дослідник В. Кузнецов пояснює Просвіту (тут він концентрується як на епосі, так і розширює межі поняття, пристосовуючи їх до сучасних реалій), як «тип світосприйняття, стержнем якого є едукраціонізм». Едукраціонізм автор пояснює як «висування на перший план проблем виховання-навчання», та стверджує, що цей процес виникає у всіх культурах та суспільствах. Крім того, автор вказує на умови виникнення просвіти, а саме: просвіта виникає там, де існує «ситуація культурної недостатності, або культурної кризи, що несе в собі трансформаційні можливості», та де «сама культура формулює низку завдань, робота над якими передбачає перехід на позиції освітнього світосприйняття»⁴. За таких умов відбувається переоцінка цінностей, формуються нові системи знання та ведеться підготовка спеціалістів в різних сферах діяльності⁵.

Отже, підсумовуючи чинні визначення, можна прослідкувати певні закономірності, які вказують на виключні ознаки просвіти як процесу в суспільстві: 1) поширення об'єктивного знання; 2) пошук істини; 3) наявність спеціалізованих суб'єктів просвіти; 4) культурне виховання.

Якщо робити акцент на сутності поняття громадянської просвіти, можна зробити висновок, що громадянська просвіта направлена на процес демократизації, адже «допомагає індивіду усвідомлювати взаємозв'язки між індивідуальною свободою, правами людини та її громадянською відповідальністю, та готовність до компетентної участі у житті суспільства»⁶. Тобто, індивід, який направлений або на якого направляють вплив процесу громадянської просвіти, самостійно усвідомлює власні інтереси, раціонально та свідомо чинить особистий вибір. Ознаки громадянської просвіти збігаються з

⁴ Кузнецов В. Сущность и признаки Просвещения / В. Кузнецов // *Sententiae*. - 2016. - № 2. - С. 100-101.

⁵ Так само. – С. 102.

⁶ Концепція громадянської освіти в Україні. Цит. за Кисельов С. О Громадянська освіта чи політологічна просвіта? // Наукові записки. Том 173. 2015 р. – Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/8833> - С. 26-27.

ознаками просвіти, з відмінністю у меті, а саме – створення громадянського суспільства, з всебічно розвиненими індивідами.

Окремого розгляду потребує поняття саме політичної просвіти, адже воно є необхідним в сучасному світі, коли громадяни включаються у політичні процеси: голосування, залученості до громад чи навіть висловлення власних думок на публіку та розповсюдження інформації. Якщо громадяни будуть необізнані щодо політичних процесів, що відбуваються, та не будуть відчувати власну відповідальність перед процесами державотворення, вони стають легкою здобиччю політичних маніпуляторів, які за допомогою пропаганди та маніпулятивних методів перетворюють політично апатичних громадян у «слухняні інструменти для голосування»⁷. Політична просвіта необхідна громадянам насамперед для того, аби вони усвідомлювали себе суб'єктами державотворення, мали змогу розбудовувати демократичне суспільство, яке можливе лише за умови високої політичної обізнаності та культури⁸. Неабиякої актуальності питання політичної просвіти набуває у переломні державні моменти, до яких можна віднести російсько-українську війну 2022 року. У такий період політично обізнані громадяни не лише повинні стати на захист демократичних ідеалів своєї вітчизни та долучитися до процесу протистояння ворожим силам (військовою, волонтерською, економічною, інформаційно-комунікаційною діяльністю), але й вистояти пропаганді, що ворог розповсюджує на окупованих територіях та у ЗМІ.

Отже, просвіта має на меті поширення незаангажованого знання, аби сформувати в об'єкта впливу власну думку та позицію та розвинути критичне мислення. Громадянська та політична просвіта сприяють формуванню громадянського суспільства, де поширюються ідеали демократичного процесу, а індивіди чітко усвідомлюють власну залученість до політичного процесу.

⁷ Кисельов С. О Громадянська освіта чи політологічна просвіта? // Наукові записки. Том 173. 2015 р. – Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/8833>. – С. 27.

⁸ Черняк Д. Політична освіта як один з чинників демократизації суспільства / Дарина Черняк. // Соціальна психологія. – 2011. – №2. – С. 39.

1.2. ЗМІ як інструмент здійснення просвіти

Просвіта може поширюватися двома шляхами: при міжособистісній комунікації та засобами масової інформації. При міжособистісній комунікації потрібно поводити себе емпатично з об'єктом, слідкувати за своїми жестами та емоціями. Попри те, що процес комунікації між особами потребує значних зусиль вибудови складної взаємодії, саме цей фактор приведе до виключної успішності впливу просвіти. Однак у сучасному світі, суб'єкт, що має на меті просвітницький вплив, зазвичай не має ресурсів, аби вибудовувати міжособистісні взаємини, тому засоби масової інформації – це ефективний, оптимальний альтернативний спосіб впливу на велику кількість людей при відносно невеликих витратах ресурсів. Загалом, ЗМІ є рушієм демократії, якщо надає громадянину незаангажовану інформацію, яку він може свідомо сприйняти, проаналізувати та зробити висновки самостійно.

ЗМІ можуть використовуватися з метою виконувати інформаційну та освітню, «просвітницьку» функцію⁹, якщо буде відповідати вимогам незаангажованих джерел, вільних від оціночного судження тих, хто цю інформацію надає, аби реципієнти могли самі проаналізувати її та зробити власні висновки.

Тобто, на об'єктивність поширюваної інформації, а відповідно й на просвітницьку місію ЗМІ впливають не лише реципієнти (яких при здійсненні маніпулятивного впливу ми можемо назвати масовим споживачем), а також і суб'єкт-адресант інформації. Суб'єктом може бути не лише особа, яка хоче переконати у власній думці суспільство, але й суб'єкт просвітницького процесу – експерт у певній сфері, що має на меті поширення незаангажованої інформації. Такому процесу сприятимуть організації громадянського суспільства (ОГС), що матимуть на меті поширення просвітницького процесу «з метою формування демократичного суспільства»¹⁰. ОГС «працюють автономно від влади, є

⁹ Цвынар К. М. Средства массовой информации в современной культуре: информация и просвещение или манипуляция? / К. М. Цвынар. // Политическая концептология. – 2015. – №2. – С. 100 – 101.

¹⁰ Кисельов С. О Громадянська освіта чи політологічна просвіта? // Наукові записки. Том 173. 2015 р. – Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/8833> - С. 28 -29.

добровільними, та працюють на своїх членів та/або суспільний інтерес», тобто, як бачимо, за даними характеристиками ОГС, такі організації не мають на меті боротьбу за владу, наприклад, а працюють на добровільних засадах та направлені на захист суспільних цінностей та розвиток громадянського суспільства¹¹.

При здійсненні просвіти суб'єктом є особа (чи група осіб), які зацікавлені у поширенні незаангажованої інформації, знання та фактів. Об'єктом є зацікавлений споживач інформації, який ціленаправлено шукає інформацію, або бодай готовий до її сприйняття, залишаючи за собою право не погодитися з нею, оскаржити або погодитися. Змістом є факт чи повідомлення, що несе інформаційний, просвітницький характер, що може бути аргументовано оскаржений або добровільно сприйнятий.

Під час процесу просвіти джерело повідомлення може піддатися критиці з самого початку інформування, та захистити себе шляхом аргументації та контраргументації, таким чином легітимізувати себе, а об'єкт зможе на його основі та критичного сприйняття зробити власні висновки, які він також зможе аргументувати. Тобто, після просвітницької роботи легітимність інформації зберігається, що доводить ефективність просвітництва.

Отже, ЗМІ є ефективним способом здійснення просвіти, адже суб'єкт просвіти має можливість поширювати інформацію на широкий загал. Такий суб'єкт зацікавлений у поширенні об'єктивного знання, вільного від оціночних суджень, а тому якщо його інформація буде піддаватися критиці, суб'єкт намагатиметься легітимізувати себе аргументованими доводами. В такому випадку до пошуку істини доєднується значна кількість людей, які перетворюються у об'єкти просвіти.

¹¹ Резюме дослідження Організації громадянського суспільства України UNDP Україна. – 2017. – С. 8. - Режим доступу до ресурсу:
https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/defining_civil_society_ukr.html.

1.3. Суб'єкти політичної просвіти

Суб'єктами поширення інформації через ЗМІ можуть виступати як агенти комерції та бізнесу, так і незалежні українські організації. Відмінністю є те, що комерційна діяльність спрямована на масового споживача, тоді як незацікавлені у комерціалізації продуктів є суб'єктами власне просвіти. Просвіта не спрямована на масового споживача: вона вимагає від об'єкта самостійно аналізувати те, що він споживає, вимагає певного рівня усвідомлення того, що він споживає та як це впливає на його ідентифікацію. Тобто, суб'єкти просвіти кидають виклики споживачу – усвідомлювати те, що об'єкт споживає з метою критичного осмислення та подальшого залучення суб'єкта до просвітницького процесу. Суб'єктами просвіти можуть бути як окремі активісти та добровольці, такі як вчителі, викладачі, блогери, так і об'єднання в певні Організації громадянського суспільства громадяни, що зацікавлені у поширенні політичної просвіти, а якщо говорити про культурні продукти, то до суб'єктів в цьому випадку можна віднести й креативні агенції. В цьому випадку їх діяльність буде ефективніша, зважаючи на можливість прозоро збирати та розподіляти кошти, представляти себе та розвивати власну структуру¹².

Станом на 1 січня 2021 року в Україні було зареєстровано 160 тисяч ОГС¹³. У столиці Києві станом на 2020 рік було зареєстровано 14036 громадських об'єднань та ОГС, серед яких 24,8% займаються освітою, а 6,3% - культурою, просвітою та мистецтвом¹⁴. На сьогоднішній день їм довелося зустрітися з таким викликом як війна, яка з одного боку консолідувала українців у боротьбі проти російської агресії, з іншого – кинула виклик українцям, які споживали російський продукт, зокрема й культурний. Саме тому ОГС культури, просвіти та мистецтва мають не лише протидіяти російському культурному продукту та

¹² Шейгус В. Разом ми – сила: навіщо суспільству потрібні ОГС і чим вони займаються [Електронний ресурс] / Володимир Шейгус // Mind. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:

<https://mind.ua/openmind/20231995-razom-mi-sila-navishcho-suspilstvu-potribni-ogs>.

¹³ 2020 індекс сталості організацій Громадянського суспільства. Звіт по Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://drive.google.com/file/d/1QGzzMczF56w8Vv_sljSsvw9wBHhRULyK/view.

¹⁴ Аналітичний звіт Стан розвитку організацій громадянського суспільства міста Києва. – 2020. – С. 1-5. – Режим доступу до ресурсу: <https://kyivcity.gov.ua/img/item/general/6894.pdf>.

інформаційній війні, а також протиставити їй український продукт задля підтримання консолідації та самоідентифікації українців. Заради ефективної діяльності ОГС потребують фінансової підтримки, зокрема такої, що надається державними інституціями. Однією із таких державних інституцій (й водночас виступаючи суб'єктом просвіти) є Український культурний фонд.

У 2017 році був створений Український культурний фонд (далі – УКФ), метою якого є «сприяння розвитку національної культури та мистецтва в державі, забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості й суспільства, широкого доступу громадян до національного культурного надбання, підтримки культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір»¹⁵. «Своєю місією УКФ визначає «породження та розповсюдження в суспільстві нових сенсів та спільних цінностей» (про те, як сенси та спільні цінності впливають на колективну приналежність буде описано в пункті 2.2), а серед напрямів актуальними можна виділити такі, що спрямовані на «формування об'єднаної української ідентичності» та «протидію інформаційній складовій російської військової агресії»¹⁶.

УКФ має грантові програми, власний освітній проєкт, займається реалізацією культурних проєктів на місцевостях (областях та містах), а їхні програми направлені на різні цільові аудиторії: студенти, літні люди, ветерани, діти тощо¹⁷. До того ж УКФ провела дослідження щодо інтересів цільових аудиторій УКФ, за даними якого можна окреслити стан української культури та культурного продукту, а також отримати рекомендації для інших суб'єктів просвіти щодо поширення культурних продуктів, з урахуванням різних цільових аудиторій та їхніх інтересів¹⁸. Це дослідження підкреслює важливість адаптації інформації до

¹⁵ Український культурний фонд: офіційний сайт. – Режим доступу: <https://ucf.in.ua/about>.

¹⁶ Так само.

¹⁷ Так само.

¹⁸ Агенція Vox Populi (на замовлення УКФ): «Вивчення інтересів цільових аудиторій Українського культурного Фонду». – Режим доступу до ресурсу: <https://uaculture.org/wp-content/uploads/2020/12/potreby-cza-doslidzhennya-dlya-ukf.pdf>.

різних типів аудиторії, аби просвітницька інформація не лише поширювалася, але й була готова до сприйняття, задля досягнення ефективності її задач.

Крім того, суб'єктами просвіти можуть бути незалежні портали, представлені у ЗМІ. Вони можуть фінансово підтримуватися державою, або працювати на волонтерських засадах, використовуючи фінансову підтримку об'єктів просвіти (наприклад, систему донатів чи платну підписку), тобто тих, на кого направлено їхнє медіасередовище. Незалежні тут розуміється як такі, що не просувають інформацію, яка буде вигідна певній політичній силі чи приватній особі, а займаються поширенням незаангажованої інформації. Тому поняття політичної маніпуляції тут виключається, адже такі суб'єкти не зацікавлені у просуванні інтересів будь-яких політичних сил, й, крім того, завдяки цьому фактору, вони є чудовим майданчиком для громадян, які вирішують долучитися до процесу громадянської самопросвіти.

Найбільшим незалежним медіа в Україні є «Суспільне»¹⁹, яке контролює незалежна Наглядова рада, та яке фінансується з податків громадян²⁰, тобто це той тип медіа, що фінансово підтримується державою. Інформація надається сюжетами, фактами, статтями, аналітикою, що звільнена від оціночного судження, залишаючи цю задачу читачу: самому проаналізувати отриману інформацію, зробити висновки, сформулювати власне ставлення. До того ж за даними Інституту масової інформації, станом на 2021 рік «Суспільне» очолює рейтинг найякісніших українських медіа²¹, тобто Суспільне за своїми ознаками відповідає визначенню суб'єкту просвіти.

Серед незалежних порталів, що працюють на системі донатів та підписок можна виділити «Бабель»²² та «Читомо»²³. «Бабель» чітко формулює свою

¹⁹ Суспільне [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/>.

²⁰ 10 запитань про Суспільне [Електронний ресурс] // Суспільне медіа – Режим доступу до ресурсу: <https://corp.suspilne.media/questions>.

²¹ ІМІ оновив список найякісніших українських онлайн-медіа [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/192428/2021-09-30-imi-onovyy-spysok-nayyakisnishykh-ukrainskykh-onlayn-media/>.

²² Бабель [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://babel.ua/>.

²³ Читомо [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://chytomo.com/>.

позицію у правилах роботи редакції, наголошуючи на коректності відображення поглядів всіх сторін та орієнтацію на освічених і розумних користувачів, а висловленні твердження та висновки підкріплюють фактами та цифрами²⁴. Також портал розробив рекомендації для редакції, якими слід керуватися у користуванні соцмережами, ці правила також можна розповсюджувати й на об'єкти просвіти, що поширюють, коментують чи сприймають будь-які дописи чи новини²⁵. Крім того, цей портал також входить до рейтингу «білих медіа», що був згаданий вище²⁶. «Читомо» - це сайт про культуру читання та мистецтво книговидання, але окрім літературних дописів, поширюють українські та світові новини, що стосуються культури та освіти, а також спрямовані на «осмисленому читанні...як інструменту самоосвіти та реалізації»²⁷. Згадані портали також можна віднести до суб'єктів просвіти з огляду їх орієнтованості на залучення читачів до критичності мислення, аналізу, фільтрації та осмислення інформаційного простору в Інтернеті.

Отже, суб'єктами просвітницького процесу можуть бути усі особи, що зацікавлені у поширенні незаангажованої інформації, вільну від оціночного судження самого суб'єкта, аби залучити об'єкта до критичного мислення та усвідомлення. Процес просвіти найефективніше буде здійснюватися в спільній діяльності суб'єктів. Вони можуть об'єднуватися в організації громадянського суспільства, що своєю чергою є суб'єктами власне політичної просвіти, чи спільно просувати свою діяльність на незалежних порталах в Інтернеті. Фінансування ОГС, що спрямовані на розвиток та поширення культури та мистецтва відбувається за допомогою Українського культурного фонду, який водночас виступає самостійним суб'єктом просвіти. Прикладом незалежного державного порталу є «Суспільне», а тих, хто фінансується своїми ж читачами

²⁴ Марков А. Правила роботи редакції [Електронний ресурс] / А. Марков, Д. Светлова // Бабель – Режим доступу до ресурсу: <https://babel.ua/policy>.

²⁵ Так само.

²⁶ ІМІ оновив список найякісніших українських онлайн-медіа [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/192428/2021-09-30-imi-onovyyv-spysoy-nayyakisnishykh-ukrainskykh-onlayn-media/>.

²⁷ Читомо: Про нас [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://chytomo.com/pro-nas/>.

за допомогою системи донатів та платних підписок є «Бабель» та «Читомо». Таким чином, використовуючи ЗМІ як ефективний інструмент поширення просвітницької діяльності, ОГС, УКФ та незалежні медіа здійснюють вплив на велику кількість людей, формуючи окремий інформаційний простір та єдину спільноту.

Таким чином, політична просвіта направлена на поширення об'єктивного знання, вільного від оціночних суджень, що в свою чергу змушує того, хто сприймає це знання самостійно формувати висновки, власну думку та позицію щодо певного питання. Джерелом повідомлення може бути будь-хто, хто зацікавлений у поширенні такого знання, їх ми характеризуємо як суб'єкти просвіти. Вони можуть бути представлені у образі окремого суб'єкта, так і в образі спільної діяльності суб'єктів, які об'єднуються у межах певної організаційної структури. Об'єктом просвіти відповідно є ті, на кого направлений вплив просвітницького процесу. Ефективно процес просвіти може здійснюватися за допомогою ЗМІ, зважаючи на масовість поширення інформації та різноманітність думок щодо певного питання, які спонукатимуть до процесу пошуку істини логічними доводами. Таким чином думка, що найбільш наближена до істини, доводить свою легітимність. Отже, процес просвіти, що будується на добровільному сприйнятті та на доводах, спонукає до критичного мислення та переосмислення поглядів об'єктів просвіти.

РОЗДІЛ II. РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТУ У ЗДІЙСНЕННІ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОСВІТИ

2.1. Визначення поняття культурного продукту

Аби визначити поняття культурного продукту, що було законодавчо окреслено в межах вітчизняного його розуміння, скористаймося визначенням проекту Закону України Про національний культурний продукт, за яким «культурний продукт (культурна продукція) - товари та послуги, що виробляються (тиражуються) в процесі культурної діяльності на основі творів і служать для задоволення громадянами своїх творчих, духовних, дозвілєвих потреб (видання, фільми, та їх демонстрація, аудіо-продукти (фонограми, аудіо-альбоми), вироби ужиткового мистецтва, театральні та циркові вистави, концерти тощо);»²⁸. Визначення національного культурного продукту слід відрізняти від культурного продукту, адже, повертаючись до проекту Закону України, що був вказаний вище, саме національний культурний продукт «...спрямований на збереження і розвиток національної культурної і мистецької традиції, формування міцної національної мовно-культурної ідентичності та патріотизму громадян України, захист культурної самобутності й суверенності України в умовах глобалізації через забезпечення цілісності національного інформаційно-культурного простору та повноструктурності національної культури...»²⁹. Тобто, вироблення та споживання національного культурного продукту має на меті формування громадянської свідомості.

Якщо розглядати термін «культурний продукт» поза межами законодавчого аспекту, скористаймося визначенням М. Рукосуєвої, за якою, «культурний продукт – це благо, що надається культурними установами у вигляді товару чи

²⁸ Проект закону України від 12.12.2012 № 895 [Електронний ресурс] // Ліга.Закон. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JG0OV00A.html.

²⁹ Так само.

послуг, що несуть в собі культурні цінності, смисли, ідеї, етичні та моральні норми, образи, культурні коди та уявлення»³⁰. Т. Філіна відносить до культурних продуктів 1) конкретну культурну цінність або артефакт (музика, рукописи, малюнки); 2) товар, що може бути запропонований до продажу (книги, одяг); 3) культурні послуги у нематеріальній формі (виступ, виставка, концерт); 4) сукупність вищезгаданих видів (культурні заходи)³¹. Авторка розглядає і поняття національного культурного продукту, виокремлюючи в них лише одну відмінність: вони створені національними творчими виробниками, а тому є унікальними, адже створені на національних особливостях з урахуванням світових тенденцій³².

К. Кассія та Л. Айелло, окреслюючи поняття «культурний продукт» згадують про те, що культурний продукт може бути у вигляді послуг, як от юридичні чи фінансові послуги. Однак, вони наголошують на тому, аби такий продукт існував саме у фізичній формі, аби поширювати його серед потенційної аудиторії. До них можна віднести періодичні видання, книги, аудіо матеріали, візуальні продукти³³. Крім того, дані автори окреслили більш широке та популярне визначення, а саме культурні продукти - це «товари та послуги, які включають мистецтво (виконавське мистецтво, візуальне мистецтво, архітектура), збереження спадщини (музеї, галереї, бібліотеки), індустрію культури (писемні засоби масової інформації, мовлення, кіно, звукозапис) та фестивалі. ЮНЕСКО заявила, що ці продукти «не схожі на інші види товарів»³⁴.

³⁰ Рукосуева М. Культурный продукт: к определению понятия // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. - С. 134.

³¹ Філіна Т. В. КУЛЬТУРНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ / Тетяна Вікторівна Філіна. // International scientific journal «Grail of Science» |. – 2021. – №9. – С. 446.

³² Так само. – С. 447.

³³ Aiello, L., & Cacia, C. (2014). The Cultural Product: Integration and Relational Approach. In L. Aiello (Ed.), Handbook of Research on Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives. С. 7-8.

³⁴ Так само. – С. 8.

К. Кассія та Л. Айелло згадують культурну індустрію, що займається виготовленням таких культурних продуктів, а тому вони є вбудованими в культурні елементи, що характерні для певних місцевостей та регіонів, де вони виробляються. Це робить культурні продукти унікальними, адже вони не лише відображають культуру певної місцевості, але й користуються попитом у певному регіоні, є певним об'єднуючим фактором для користувачів та виробників даних культурних продуктів³⁵. Автори, крім того, помітили певний зв'язок між культурою, продуктом та територією, що допоможе впливати на попит та економічне зростання. Культурний продукт може бути створений індивідуально або колективно, але споживацтво культурних продуктів здебільшого є саме колективною діяльністю³⁶, тобто формує навколо себе суспільство його поціновувачів, містить у собі до того ж соціальну функцію. Моє ж припущення полягає у тому, що культурний продукт може бути певним об'єднуючим фактором, який може впливати на громадянську свідомість тих, хто цим продуктом користується. З цього припущення випливає наступне: чи може попит на культурний продукт бути вироблений шляхом просвітительської роботи, що буде розповсюджуватися ЗМІ та державними інституціями на добровільному сприйнятті громадянами.

Культурний продукт є результатом культурного виробництва. Аби зрозуміти, що відноситься до таких продуктів, скористаймося визначенням П. Бурд'є, який відносив до культурного виробництва такі об'єкти, як: високу моду, літературу, фотографію, живопис, науку. Культурне виробництво він ще називає виробництвом символічних благ, коли вироби мистецтва стають спеціально виробленими для ринку, вони стають товаром. Крім того, він виділяє два поля виробництва: поле масового виробництва та поле обмеженого виробництва. Поле масового виробництва націлене на тих, хто не виробляє продукт, та має за мету розширення ринку. Поле обмеженого виробництва має за мету «самостійно

³⁵ Так само. – С. 10.

³⁶ Кириленко В. І., Федоренко Т. О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів // Стратегія економічного розвитку України, № 48, 2021. – С. 63.

виробляти норми та критерії оцінки своєї продукції», створюючи таким чином автономні закриті спільноти, які нагадують секти³⁷. П. Бурдьє також зазначив, що культурні потреби є продуктом виховання: у першу чергу з рівнем освіти, у другу – з соціальним походженням, що і відрізняє їх від ідеології³⁸. Отже, попит на культурний продукт не лише свідчить про рівень освіченості населення, але й формує однорідне середовище споживачів, які реагують на певні символи. Таким чином ми можемо навіть прослідкувати як динаміку преференцій населення, так і можливі шляхи впливу на них.

Отже, як бачимо, визначення культурного продукту бере свій початок від культури суспільства як такої, яка в свою чергу складається із сенсів, культурних кодів, стереотипів, міфологем, що було сформоване на колективному несвідомому. Національний культурний продукт – це самовираження кожної окремої нації, що спрямований на збереження її самобутності та формування об'єднаної спільноти, а особливо в умовах глобалізації. Таким чином можна стверджувати, що національним культурним продуктам не важливі умовні кордони, якщо забезпечено їхнє поширення через мережі чи культурні події. Попит на певний культурний продукт свідчить про преференції населення та рівень його виховання, а отже попит на національний культурний продукт відповідно показує, наскільки він є затребуваним у громадянському суспільстві.

2.2. Символи, архетипи та міфи культурного продукту як інструменти просвіти

Сучасна людина послуговується символами та архетипами, які були сформовані протягом історії, шляхом перетворення колективного несвідомого в колективний зміст, проявом якого є міфи. Для чого людина сучасності все ще звертається до первісних смислів? За К. Юнгом, архетипи є результатом

³⁷ Бурдьє П. Рынок символической продукции: Часть первая [Електронний ресурс] // Социологическое пространство Пьера Бурдьє. – 1997. – Режим доступу до ресурсу: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja>.

³⁸ Bourdieu P. La Distinction. Critique sociale du jugement. P.: Minuit, 1979. Цит. за Шматко Н.А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьє // Социологические исследования. 2003. №8

колективних уявлень, що закладені у всього людства³⁹. Можна вважати, що символи, архетипи та міфологеми допомагають людині відчувати колективну приналежність, бути частиною спільноти, допомагає осмислювати навколишнє середовище. Як було сказано у пункті 2.1., дані поняття є складовою культурного продукту, допомагаючи формувати єдине суспільство, що буде розшифровувати ці символи однаково з огляду на той однорідний простір, у якому це суспільство виховувалося. Процесом такого виховання, а точніше сказати – розшифровування цих символів, є просвітительська робота, що виконується суб'єктами просвіти, аби уникати двозначностей чи хибного трактування. Це є актуальним саме для українського суспільства, у якому ще залишаються пережитки радянської пропаганди та деструктивних міфів на кшталт поділу України між Сходом та Заходом, України як стражденної нації, персоніфікацію влади, що є загрозами українській консолідації та громадянській свідомості. Тобто, потрібно сформувати нові національні міфи, що виключають ідеологізованість історії, яка закладена в них, а скоріше формували достовірну картину національної історії, яка направлена на створення образу до якого потрібно прагнути, а для цього потрібно створити відповідні культурні передумови, як вважають Д. Коротков та Н. Коннова⁴⁰.

Це доводить необхідність процесу просвіти за допомогою культурного продукту, аби об'єкт просвіти зміг не лише критично сприйняти деструктивні політичні міфи, що досі акумулюють у свідомості нації, та піддати їх сумніву, але й знав, який культурний продукт він споживає та з якою метою це робить. Національний культурний продукт у такому випадку буде інструментом політичної просвіти, зважаючи на його спрямування на формування національної ідентичності, патріотизму, єдиної спільноти та збереження цілісності та самобутності нації. Виходить, що заради конструктивної, а не

³⁹ Архетипы и коллективное бессознательное / Карл Густав Юнг ; [перевод А. Чечиной]. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — (Философия – Neoclassic). — С. 9-10.

⁴⁰ Коротков, Д. С., & Коннова, Н. О. (2018). Міфологеми як інструментарій маніпуляції політичної свідомістю. Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, протокол № 8 від 3 травня 2018 р. — С. 301.

деструктивної ролі українського політичного міфу потрібно, аби була присутня одна символіка (такими у нас є гімн, прапор, герб України), одні архетипи, які не будуть уособлювати у собі стражденність нації, а скоріше героїчність, гостинність тощо, та аби відбувалася апеляція саме до єдності. В цьому якраз і може допомогти розповсюдження просвіти за допомогою культурного продукту, використовуючи засоби масової інформації. На думку У. Стефанчук: «єдиним способом регуляції та відтворення духовної системи виступають власне архаїчні шари колективної свідомості, уявлення та традиції, на яких і творяться нові міфи»⁴¹. Таким чином, вдала просвітницька робота за допомогою культурних продуктів, які є відбитком чинних свідомих та несвідомих сенсів у культурі певної нації, може сприяти формуванню громадянської свідомості, яку до того ж потрібно ще визначити та охарактеризувати.

Російсько-українська війна дала вагомий поштовх до переосмислення політичних міфів, що акумулювали в українському суспільстві. У свою чергу це активізувало й вітчизняних митців, які шляхом вироблення та поширення свого культурного продукту намагаються довести самобутність українського народу та його незалежність від сусіда-окупанта. Прикладом такого переосмислення є проект SMM-агенції МОКО Digital Agency, яка створила сайт «Бессмертный позор «Второй армии мира»»⁴², де опубліковані листівки, що приурочені російському Дню перемоги, який святкується 9-го травня, та направлені на розвінчування міфу про героїчність Росії. «Слава російському народу – народу вбивці!» - написано на одній з них, що повторює стиль радянського повоєнного плакату. Ще одним прикладом є проект ANGRY agency, що створили сайт Never again gallery⁴³. На ньому опубліковані роботи українських ілюстраторів, що переосмислюють воєнні плакати Другої світової війни, та зображають українські воєнні реалії. Кожен плакат має свою історію, а кожен перероблений містить у

⁴¹ Стефанчук У. Політична міфотворчість як різновид маніпулювання масовою свідомістю / Устина Стефанчук. // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2006. – №17. – С. 141-142.

⁴² Бессмертный позор «Второй армии мира» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://moypolk.net.ua/>.

⁴³ Never again gallery [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://neveragaingallery.com/>.

собі опис сучасних подій. Отже, ці культурні продукти не лише розвінчують міфи, але й формують нові сенси та символи, які слугують об'єднуючим фактором української нації, адже викликають одну і ту ж емоційну реакцію, відображають спільні для нас усіх історичні події, виокремлюють героїв та антигероїв та змушують споглядача задуматися про самоідентифікацію.

Отже, культурний продукт містить у собі архетипи, символи, смисли та значення, які впливають на формування міфів, що можуть бути деструктивними, тобто такими, що направлені на ізолюваність суспільства від зовнішнього світу та порізненості спільноти, перекладення відповідальності; та конструктивними, тобто такими, що направлені на єднання нації, відкритості, розвитку, самопізнання та формування колективної свідомості. Завдання просвіти в такому випадку є поширення та розшифрування таких культурних продуктів, які формуватимуть конструктивні міфи у суспільстві, де вони будуть створюватися та розповсюджуватися.

2.3 Вплив ЗМІ на розповсюдження культурних продуктів

Медіа є своєрідним майданчиком розповсюдження культури та культурних продуктів, й водночас можуть впливати на розшифрування сенсів, що закладені в них. Тобто, ЗМІ, як було вже згадано у пункті 1.2, може бути як інструментом суб'єктів просвіти, так і майданчиком для формування попиту на явища, у нашому випадку – культурного продукту. Н. Зражевська описує ЗМІ як «культурні посередники», що розвиваються шляхом «безперервної трансформації символічних форм і засобів їх виробництва»⁴⁴. З цього можна зробити висновок, що мас-медіа можуть змінювати сенси, що закладені в культурні продукти, шляхом їх репрезентації агентами ЗМІ.

Однак, наразі залишається проблема, коли ЗМІ не пріоритезують культурні явища, або репрезентують саме масову культуру, яка направлена лише на

⁴⁴ Зражевська Н.І. Масова комунікація і культура: Лекції. – Черкаси, 2006. – С. 82.

комерціалізацію, гедонізм, розваги, стереотипізацію⁴⁵, репрезентуючи себе як культуріндустрію, про яку писали М. Горький та Т. Адорно у своїй «Діалектиці просвіти»⁴⁶.

За їх визначенням, культуріндустрія – це виробництво культурного продукту, який, шляхом стандартизації, задовольняє потреби масового споживача, поширюючись у багатьох місцях. «Стандарти ведуть своє походження від потреб споживачів, тому вони сприймаються без спротиву»⁴⁷. Це наче замкнуте коло, у якому створюються потреби і вони ж задовільняються. Тобто, ми можемо говорити про штучне вироблення потреби у громадян та задоволення цієї потреби за допомогою потужного інструменту – медіа. Культуріндустрії не направлені на просвіту: їм потрібен лише споживач, та комерційний зиск, вони є орієнтовані на масу та споживання без спротиву: без аналізування, без критичного сприйняття. Дані ознаки культуріндустрії дуже наближені до процесу політичної пропаганди, коли несвідомий, атомізований член суспільства бездумно споживає те, що йому пропонують владні сили заради просування власних інтересів.

Прикладом потужної культуріндустрії наразі виступає Росія, а особливо після моменту розпочатої нею війни проти України. Російська влада почала блокувати та забороняти західні медіа-ресурси та корпорації на своїй території, або ж західні індустрії почали самі виходити з російського ринку. Натомість виникають російські аналоги західних продуктів, в тому числі і культурні, до прикладу: в російських кінотеатрах повторно показують радянські та пострадянські кінокартини⁴⁸, а на окупованих російськими військами територіях

⁴⁵ Гарматій О., Кісіль С. Культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. – 2018. – №. 896. – С. 20.

⁴⁶ Max Horkheimer, Theodor W. Adorno Dialektik der Aufklärung Philosophische Fragmente, 1969. / Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер: Диалектика просвещения. Философские фрагменты. Перевод на русский язык: М. Кузнецова. — СПб., 1997. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 21.03.2011. Режим доступа до ресурсу: <https://gtmarket.ru/library/basis/5521/5525>.

⁴⁷ Так само.

⁴⁸ Сидорова А. Что будут показывать российские кинотеатры в условиях запрета проката западного кино [Електронний ресурс] / Александра Сидорова // ВФМ. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bfm.ru/news/495857>.

України забороняється українське телебачення та радіомовлення й замінюється російськими пропагандистськими медіа⁴⁹, зокрема на територіях Херсонщини, Мелітополя, Бердянська та Енергодара⁵⁰. Тобто фактично російська влада намагається ліквідувати попит на культурний продукт західних ЗМІ на своїй території, та українських ЗМІ на окупованій, та натомість штучно створити попит на той культурний продукт, який буде пропагувати вигідні для окупаційної влади сенси та міфи, як наприклад вищезгаданий міф про братські народи чи «нацистську Україну». Наочно, російський споживач не чинить супротиву, адже медіа направлене саме на нього – на атомізованого члена маси, в той же час українське суспільство не є масовим, а тому наші співвітчизники свідомо відмовляються від російських культурних продуктів та протестують проти російської окупації⁵¹.

Індустрія культури відбивається на змісті культури, на глибинні духовного освоєння дійсності та на ментальних установках людини і суспільства, а тому потрібно знайти інструменти захисту від бездумного споживацтва культурних продуктів⁵². Таким захистом може виступати політична просвіта за допомогою культурних продуктів, їхнім походженням, призначенням та сенсами, що в них закладені, самими суб'єктами просвіти в образі організацій громадянського суспільства та незалежних медіа.

Така кризова ситуація як війна зокрема й актуалізує питання про те, який продукт споживає громадянин, та як це впливає на його самоідентифікацію, тобто об'єкти просвіти відкриті до того, аби самим шукати інформацію про культурний продукт та національний культурний продукт зокрема, про який

⁴⁹ Тарас Кремень: Заборона українського телебачення і радіо на окупованих рф територіях - лінгвоцид українського народу [Електронний ресурс] // Уповноважений із захисту державної мови. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://mova-ombudsman.gov.ua/news/taras-kremen-zaborona-ukrayinskogo-telebachennya-i-radio-na-okupovanih-rf-teritoriyah-lingvocid-ukrayinskogo-narodu>.

⁵⁰ Захаров А. "Незабаром перелаштується". Як Росія закріплюється на окупованих українських територіях [Електронний ресурс] / А. Захаров, А. Лотарьова, О. Герасименко // BBC News Україна. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-61277532>.

⁵¹ Так само.

⁵² Зражевська, Н. І. (2013). МЕДІАКУЛЬТУРА ЯК ІНДУСТРІЯ КУЛЬТУРИ. КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ І КОМОДИФІКАЦІЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ. Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки, 26(3). – С. 28.

мова йтиметься далі. На горизонті з'являються все нові українські автори, художники, ілюстратори, музиканти, продовжує розвиватися вітчизняна кіноіндустрія, місцеві виробники одягу, аксесуарів, товарів побуту тощо. Вони шукають свого споживача за допомогою співпраці з медіа-простором, а ЗМІ у свою чергу повинні якщо і не обмежити популяризацію російського культурного продукту, то бодай збільшити частку українського, у тому числі і під впливом державного законодавства.

Отже, ЗМІ – це інструмент поширення культурних продуктів, а також розшифрування сенсів, що в них закладені. Крім того, вони можуть трансформувати ці сенси, якщо на це є запит. Запит може бути від культуріндустрій, які покладаються на неосмислене споживацтво та комерціалізацію, та які виступатимуть потужним інструментом пропаганди, адже вони направлені на масове суспільство. Однак, якщо ЗМІ виступатимуть інструментом просвітництва, вони можуть у короткий термін і на велику аудиторію поширювати такий культурний продукт, що буде виконувати конструктивну роль у суспільстві: формувати єдиний інформаційний простір, об'єднувати громадян та спонукати їх до самоідентифікації та осмисленого споживацтва.

РОЗДІЛ ІІІ. ПОНЯТТЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СВІДОМОСТІ ТА ЇЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ НАЦІОНАЛЬНИМ КУЛЬТУРНИМ ПРОДУКТОМ

3.1 Визначення поняття громадянської свідомості

Виховання громадянської свідомості державою у кожному окремому її громадянині допомагає державі вести вигідну для неї політику, адже громадянська свідомість дозволяє відстоювати інтереси всього суспільства, а не лише окремої її групи чи індивіда, спонукає їх діяти на користь держави. Саме тому питання про формування громадянської свідомості в Україні є актуальним, у момент зовнішньої загрози та становлення незалежної держави, де ще існують пережитки Радянського Союзу.

Н. Ісаєва розуміє громадянську свідомість як «сукупність цінностей, ідеалів, норм, які реалізують уявлення про тип і способи вкорінення демократичних практик та зразків в житті суспільства»⁵³. Автор вважає, що громадянська свідомість допомагає громадянину усвідомити свій зв'язок із державою, виступає фактором розвитку суспільства, носить відкритий характер, однак культурні «мутації» можуть створювати тиск на свідомість та сприйняття, а тому вони мають відбуватися поступово, також громадянська свідомість містить свої зразки, досвід і традиції⁵⁴.

В. Барабаш вважає громадянську свідомість головним компонентом громадянськості, а та у свою чергу «активізує державницьку діяльність особистості, реалізує національні інтереси, сприяє гармонійній взаємодії громадянина і суспільства», а індивід переконаний, що від його дій і вчинків залежить доля вітчизни та його власна⁵⁵. Громадянська свідомість є чинником

⁵³ Ісаєва Н. Ю. Громадянське суспільство і громадянська свідомість у сучасному світі / Наталія Юріївна Ісаєва. // Філософія та політологія в контексті сучасної культури». – 2021. – С. 39.

⁵⁴ Так само. – С. 39-40.

⁵⁵ Барабаш, В. А. Роль громадянської самосвідомості у процесі громадянського виховання особистості / В. А. Барабаш // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. – Кіровоград, 2014. - Вип. 125. – С. 48.

соціалізації індивіда із суспільством та ідентифікація себе із державою⁵⁶, що у свою чергу формує у громадянина власну систему цінностей, яка мотивує індивіда бути патріотом та діяти на користь держави⁵⁷. Л. Зірванська вважає, що громадянська свідомість «є продуктом і наслідком соціально-економічних та духовно-культурних процесів» та може відтворюватися «за допомогою традицій, звичаїв та еталонів поведінки»⁵⁸

Громадянська свідомість виховується у індивідів шляхом громадянської освіти, яка «надає людям елементарну громадянську компетентність, озброюючи їх навичками, необхідними для життя в демократичному суспільстві, здатна забезпечити істотну протидію політичній дестабілізації, конфронтації й загрозам національній безпеці»⁵⁹. Автор вважає, що вона має відбуватися через заклади освіти, художню творчість та незалежні ЗМІ⁶⁰. О. Дем'янчук окреслює модель політичної освіти громадян, а саме: державна складова (яка реалізує політичну освіту через заклади освіти та культури й фінансується державою), партійна складова (яка може здійснювати як просвітницьку роботу, так і пропагандистську, зважаючи на переслідувані партією інтереси), громадська складова (яка може організовувати як пропагандистські так і просвітницькі заходи), розпорядники коштів⁶¹. Отже, як бачимо, поняття громадянської освіти має спільні ознаки із поняттям політичної просвіти: обидва ці поняття мають на меті розвиток громадянського суспільства, з відмінністю у тому, що саме поняття просвіти виключає пропаганду. Таким чином, розширюючи поняття громадянської освіти політичною просвітою, можна виключити поширення

⁵⁶ Боришевський М. Й. Розвиток громадянської спрямованості : монографія / Боришевський М. Й., Яблонська Т. М., Антоненко В. В.; за заг. ред. М. Й. Боришевського. — К., 2007. — С. 114.

⁵⁷ Барабаш, В. А. (2014). Роль громадянської самосвідомості у процесі громадянського виховання особистості. — С. 51.

⁵⁸ Зарванська, Л. (L. Zarvanska) (2013) Процес формування громадянської свідомості та громадянської позиції молоді (Formation of civic consciousness and civic attitude of Ukrainian youth). Актуальні проблеми громадянської освіти та виховання: український та зарубіжний досвід. — С. 184.

⁵⁹ Рябов С. Г. Громадянська освіта і її роль у демократизації українського суспільства / С. Г. Рябов. // Освіта для демократії. - 1999. - 11 листопада. - С. - Зібрано в зшитку: Публікації про НаУКМА, 1999. — С. 2.

⁶⁰ Рябов, С. (2004). Особливості громадянської освіти у формуванні політичної культури перехідного суспільства. — С. 4.

⁶¹ Дем'янчук О. П. Політична освіта: місток між державою та громадянським суспільством/ Дем'янчук О. П., Кравченко М. С. // Громадянське суспільство: проблеми теорії та практики. Збірка статей. - 2008. — С. 76-77.

таких знань та навичок для громадян, які будуть направлені на користь певної політичної сили, й відповідно політична просвіта буде більш ефективною у поширенні демократичних ідеалів суспільства, критичного мислення, долучення до спільних справ на користь держави та толерантності у суспільстві.

Отже, громадянська свідомість є рушієм демократичних перетворень у державі, та мотивує індивідів бути залученими до державотворчих процесів та захисту національних інтересів, як своїх власних. Громадянська свідомість є наслідком громадянської освіти, що надає індивідам знання та навички для функціонування у демократичному суспільстві, а також можливість протистояти політичній дестабілізації. Однак суб'єктами громадянської освіти можуть бути такі політичні сили, які зацікавлені у поширенні знання на власну користь, особливо це спостерігається у передвиборчих протистояннях між партіями, тому такий процес може зводитися до пропаганди. Тому пропонується розширити поняття громадянської освіти політичною просвітою, яка виключає пропаганду та зацікавлена у поширенні незаангажованого знання про політичні процеси.

3.2 Вплив національного культурного продукту на громадянську свідомість

За С. Овчаренко «Держава як суспільна цілісність формується на основі єднання людей навколо символічних цінностей, які є важливими для соціальної самоідентифікації членів громадянської спільноти»⁶². Символічні цінності закладені в культурний продукт, відповідно національний культурний продукт містить у собі ті символічні цінності, які закладаються ним вітчизняним виробником та розшифровуються споживачами, створюючи колективну спільність, адже споживачі, що однаково розшифровують смисли, закладені в національному культурному продукті, відповідно мають схожий досвід та поділяють однакові цінності. Це створює своєрідний культурний діалог,

⁶² Овчаренко С. В. Гуманітарна та культурна політика [Електронний ресурс] : навч. посіб. / С. В. Овчаренко. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2013. – С. 81.

збільшує довіру серед українського суспільства та впливає на самоідентифікацію громадянина як члена однієї спільноти.

Національні культурні продукти, зокрема ті, що виражені в предметах ужиткового мистецтва, імплементуються в національні свята та ритуали. Прикладом можна навести День вишиванки, що святкується українцями щороку у третій четвер травня. Свято неофіційне, однак тисячі українців одягають український національний одяг - вишиванку, та виходять на вулиці. Символ вишиванки не втрачає своєї актуальності: орнаменти у різних комбінаціях відтворюються як сучасними українськими дизайнерами, такими як ETNODIM⁶³, Птаха⁶⁴ та інші, а також у побуті та дозвіллі українців. Крім того, вишитий рушник супроводжує такі свята, як весілля, Різдво, Пасха та інші. «Вишитий код нації», - як ще називають вишиванку, - це первісні смисли, які збереглися протягом тисячолітньої історії становлення української державності, попри усі заборони та спроби її знищити, та попри культурну асиміляцію внаслідок глобалізаційних процесів.

Національний культурний продукт - це спосіб самовираження народу. Виробник такого продукту виражає ідеологічні переконання, преференції, виховання та громадянську позицію. Через можливість національного культурного продукту в своїй унікальній формі за допомогою символів, знаків та архетипів виражати колективний зміст, вони впливають на підсвідомість, є об'єднуючим фактором нації та інструментом заявити про національну самобутність. Зважаючи на цю можливість, вони можуть бути як інструментом просвіти, так і зброєю в руках пропагандистів.

Національні культурні продукти, що виробляються російськими культурними індустріями перенасичені стереотипами та міфами про «руській мир», історичну єдність Росії та України та переваги росіян над українцями. До прикладу хочу навести дитячий пострадянський серіал «Якщо завтра у похід» (2004), де

⁶³ ETNODIM [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://etnodim.com.ua/>.

⁶⁴ Птаха [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ptaha.in.ua/>.

озвучується наратив про «російський Крим», російський хлопчик отримує перевагу у двобійі з українським та ставиться під сумнів таке поняття як «честь» в українців⁶⁵. Озвучені явища не відповідають дійсності, підривають громадянську свідомість шляхом дискредитації України, що в свою чергу перешкоджає становленню демократичної держави у пострадянський період, тому даний культурний продукт за своїм дискурсом схожий на політичну пропаганду, яка направлена на возвеличення російських солдат шляхом приниження українців.

Пропагандистські культурні продукти російського виробництва продовжували акумулювати в українському суспільстві аж до Євромайдану 2014 року, - тоді ж стався переломний момент, що активізував культурний активізм, який в той же час сприяло піднесенню громадянської ідентичності⁶⁶: «Перехід України до громадянської ідентичності, яка ґрунтується на спільних цінностях, відбувався у тісній синергії з діяльністю її креативного класу, спрямованої на розвиток плюралістичного та інклюзивного культурного простору»⁶⁷. Згідно опитування КМІС українська ідентичність східних та південних регіонів України почала збільшуватись: від 66% у 2012 році до 77% у 2017, відповідно почало збільшуватись україномовність цього населення⁶⁸. З піднесенням національної ідентичності й відповідно громадянської свідомості, починає активно виникати запит на національний культурний продукт, як один із способів самоідентифікації, а задоволення цього запиту державними культурними інститутами, як от УКФ (що був створений в 2017 році) закріплювало та поширювало його популярність, спричинило появу нових агентів поширення

⁶⁵ Загін Кіноманів. (2022, 30 березня). УКРАЇНА В РОСІЙСЬКИХ ФІЛЬМАХ! Історія промивання мізків народу [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=evkr6wG3BY0>. – 13:31 – 17:17.

⁶⁶ Песенті М. Культурне відродження та соціальна трансформація України. Роль культури та мистецтва у зміцненні стійкості постмайданної України [Електронний ресурс] : дослідження / М. Песенті. – Лондон : Chatham House, 2020. – С. 5.

⁶⁷ Так само. - С. 26.

⁶⁸ Kulyk V. Shedding Russianness, recasting Ukrainianness: the post-Euromaidan dynamics of ethnonational identifications in Ukraine [Електронний ресурс] / Volodymyr Kulyk // Taylor and Francis Online. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1060586X.2018.1451232?scroll=top&needAccess=true>.

національних культурних продуктів, які доводили як свою конкурентоспроможність, так і самобутність української нації.

Однак події Євромайдану, а наразі й воєнне вторгнення Росії на територію України активізувало й гібридну війну, що ведеться росіянами, та використання у ній російського культурного продукту. В російських та українських кінотеатрах, що окуповані загарбником, наразі повторно показують кіно радянського та пострадянського виробництва, які користуються попитом у російських глядачів⁶⁹. У такому фільмі як «Брат 2» (2000) пропагується любов до вітчизни, шляхом возвеличення військової могутності (головний герой брав участь у Чеченській війні, яку вони свого часу називали «спецоперацією») та ксенофобії: українців називають бандерівцями та хохлами, продовжується наратив про «російський Крим»⁷⁰. Про громадянську свідомість, яка включає гуманістичні цінності, толерантне ставлення до інших культур та виключає дискримінацію, тут мова йти не може. Даний культурний продукт пропагує в російських глядачів нездоровий націоналізм та шовінізм, налаштовує їх проти інших національностей, та українців зокрема, а тому й місця громадянській свідомості тут також немає. Слід також згадати символ російського вторгнення на територію України – буква «Z», яка змальовується в кольорах георгіївської стрічки. Такий символ не лише виправдовує війну в очах росіян, намагаючись впливати на їх громадянську позицію, яка буде вигідна саме російській владі. Символ масово використовується на російських концертах та мітингах, у російській продукції та культурі, створюючи штучну об'єднаність, підтримку, та міфи. Однак в даному символі не закладено ніякого змісту та ідеалів, а його використання супроводжується примусовим чи профінансованим використанням⁷¹, тому без усвідомлення його значення не відбуватиметься й

⁶⁹ «Брат» и «Брат 2» собрали в повторном прокате более 100 млн рублей [Електронний ресурс] // Regnum. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://regnum.ru/news/cultura/3580051.html>.

⁷⁰ Брат 2 / реж. Алексей Балабанов ; в ролях: С. Бодров, В. Сухоруков, С. Маковецкий, Д. Лесникова ; Кинокомпания СТВ. Москва : СТВ, 2000. Фильм вышел на экраны в 2000.

⁷¹ Буква Z как один из ключевых элементов российской пропаганды [Електронний ресурс] // Русская служба «Голоса Америки». – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.golosameriki.com/a/russian-military-propaganda-letter-z/6557175.html>.

формування громадянської свідомості, зважаючи на його пропагандистську мету.

Натомість, українські бренди одягу під час війни не лише виготовляють продукти з національною символікою, але й частину коштів, зароблених на них, відправляють на підтримку ЗСУ та ТРО⁷². Таким чином, споживачі свідомо підтримують як українську армію, так і місцевих виробників, а через попит на таку продукцію ми можемо стверджувати про формування громадянської свідомості як споживачів, так і виробників національних культурних продуктів. На тлі подій, що пов'язані з Революцією гідності та російською збройною агресією, збільшився попит на український культурний продукт видавничої справи, зокрема й серед виробників такої продукції⁷³. Збільшився попит на український кінематограф, що дозволяють боротися з інформаційними міфами та створюють власні культурні символи та міфи за допомогою історико-патріотичних жанрів та комедій, що дозволять вести комунікацію у побуті⁷⁴. Це може свідчити про піднесення громадянської свідомості українців, адже чим більший попит на національний культурний продукт, тим більше громадян потребують своєї національної ідентифікації та самоствердження, більше розуміють, що їхній вибір впливає на економіку держави та її культурну репрезентацію на міжнародній арені.

Отже, національний культурний продукт містить у собі символи, знаки та міфи, які є спільними для виробників та споживачів такого продукту. Водночас вони є способом самовираження окремої нації, в тому числі ідеології чи громадянської позиції. Зважаючи на таку особливість, вони можуть бути

⁷² Самосват І. «Доброго вечора, ми з України». 8 брендів, що створюють патріотичні колекції й допомагають ЗСУ [Електронний ресурс] / Іра Самосват // ШоТам. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://shotam.info/dobroho-vechora-my-z-ukrainy-8-brendiv-shcho-stvoriuiut-patriotychni-kolektsii-y-dopomahaiut-zsu/>.

⁷³ Белкіна І. Огляд українських перекладів за кордоном [Електронний ресурс] / І. Белкіна, І. Батуревич // Український інститут книги. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/1Wec9WynfFIy3SRkTc3h4jqepsf-pQ3Pk/view>.

⁷⁴ Климчишин М. НА ФРОНТІ ОБРАЗІВ ТА ІДЕЙ: МОЛОДЕ УКРАЇНСЬКЕ КІНО І РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА [Електронний ресурс] / Марта Климчишин // Листи до приятелів. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://lysty.net.ua/norufilms/>.

інструментами просвіти або, навпаки, - пропаганди. Російський національний культурний продукт, зважаючи на історичні передумови, довго акумулював в українському суспільстві та в свідомості громадян, пропагуючи ксенофобію, шовінізм антиукраїнські міфи та дискримінацію. Російський символ «Z» намагається виправдати воєнне втручання в Україну, шляхом примусового чи профінансованого використання. Натомість сучасний український національний продукт, що почав активно розвиватися з подій Революції гідності та по сьогодні, користується попитом в українців та допомагає виразити власну громадянську позицію. Громадянська свідомість не лише допоможе українському споживачеві усвідомити пропаганду та дискримінацію, що присутня в російських культурних продуктах, але й відмовитися від нього взагалі. Якісний національний культурний продукт завдяки політичній просвіті спростовуватиме міфи, нав'язані радянською та пострадянською пропагандою, формуватиме нові міфи, символи та знаки, які будуть потужним інструментом національної консолідації, самоідентифікації, спонукатиме українців захищати свої інтереси та усвідомлювати свою залученість до державотворчого процесу, тому він має бути вкорінений у процес громадянської освіти, що формуватиме в українців громадянську свідомість.

3.3 Дії держави та суб'єктів політичної просвіти спрямовані на формування громадянської свідомості за допомогою культурного продукту

Українське демократичне державотворення щораз супроводжують моменти дестабілізації: анексія Криму, окупація східних областей, коронавірус, війна. Це ставить під загрозу не лише громадянську свідомість співвітчизників, але й процеси, що спрямовані на її виховання: освіту, будівництво стабільних робочих відносин, розвиток бізнесу тощо. Тому виникає необхідність комплексної політичної просвіти за допомогою національного культурного продукту, що допоможе громадянам у кризових ситуаціях стати на захист демократичних ідеалів та інтересів своєї держави, а не емігрувати, продовжувати підтримувати економіку ворога шляхом споживання його продукту, виправдовувати його дії,

чи бути абсолютно аполітичною ланку суспільства. Даний процес кидає виклики державі та суб'єктам цієї просвіти: 1) потрібно реагувати на запити суспільства, адже нав'язана культура не буде користуватися попитом, а отже і весь символізм не буде розшифровуватися та сприйматися; 2) неналежне поширення чи обмежений доступ до культурних продуктів не дасть кінцевому споживачеві познайомитися з ними; 3) необхідно допомагати вітчизняним митцям та виробникам культурних продуктів, аби вони мали можливості долучатися до процесу політичної просвіти, ставати її суб'єктами.

16 липня 2021 року набули чинності норми, що були введенні до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», які зобов'язують проведення концертів, шоу, виставок, трансляцію фільмів, друк афіш, постерів та буклетів, видавництво книжок та проведення вистав українською мовою (чи супроводжуватися переклад нею)⁷⁵. Вочевидь, національний культурний продукт має супроводжуватися українською мовою, адже це сприяє кращому розшифруванню сенсів, що направлені на формування громадянської свідомості. Мова – це знакова система національних культурних продуктів, які нею виражені. Тому такий закон дав поштовх до розвитку та виробництва національного музичного, телевізійного, видавничого і т.д. контенту, а також попит на нього в зв'язку з обмеженням російськомовних альтернатив.

Не можна не відмітити створення нових та реструктуризацію вже чинних державних культурних інституцій після подій Революції гідності: Міністерство культури і політики (МКІП), Український інститут, Український інститут книги, Державне агентство з питань кіно та вже згаданий Український культурний фонд, що мають в своєму арсеналі незалежність в управлінні, прозорий бюджет та змогу їм розпоряджатися задля фінансування культурних проєктів, комунікацію між виробниками культурних продуктів/заходів та суспільством та

⁷⁵ Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 р. № 2704-VIII : станом на 7 трав. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>.

гранти⁷⁶. Однак, попри такі можливості, дані державні інституції потребують подальшої реструктуризації (зокрема МКІП) та захисту їх від приватних інтересів⁷⁷.

Осередки політичної просвіти за допомогою культурного продукту не мають обмежуватися лише відповідною культурною інфраструктурою: якщо ми говоримо про намір політичної просвіти у громадян, які не мають сформованої громадянської свідомості, то вони не будуть дізнаватися про культурний продукт через відвідування відповідних культурних заходів на добровільній основі. Залишається проблема недостатньої проінформованості громадян щодо культурних продуктів: за даними дослідження Школи політичної аналітики НаУКМА серед них найбільш необізнаними є громадяни віком від 16 до 24 років, інформацію про них вони здебільшого отримують в межах навчання в закладах освіти⁷⁸. Тому це свідчить про необхідність розповсюдження культурних продуктів під час шкільного освітнього процесу, де уже суб'єктами політичної просвіти виступатимуть вчителі. Це водночас висуває вимоги до Міністерства освіти і науки, щодо включення національних культурних продуктів у освітні програми.

У пункті 3.2 був доведений взаємозв'язок національного культурного продукту з громадянською свідомістю, що актуалізує його створення та поширення в умовах українсько-російської війни. Багато секторів економіки були переформатовані під ці реалії, в тому числі й сектор культури, що актуалізувало питання про пошук додаткового фінансування. 15 квітня 2022 року відбулася конференція «Культурні практики установ культури під час військових дій», де УКФ проінформувала про свої наміри надавати підтримку

⁷⁶ Песенті М. Культурне відродження та соціальна трансформація України. Роль культури та мистецтва у зміцненні стійкості постмайданної України [Електронний ресурс] : дослідження / М. Песенті. – Лондон : Chatham House, 2020. – С. 20-22.

⁷⁷ Так само. – С. 23-24.

⁷⁸ Волошка Л. “Війна мовою культури”: більшість українців вважає потрібними фільми і книжки про війну, але не всі знають про їх існування [Електронний ресурс] / Лариса Волошка // Новинарня. – 2021. Режим доступу до ресурсу: <https://novynarnia.com/2021/11/08/bilshist-ukrayincziv-vvazhayepotribnymy-filmy-i-knyzhky-pro-vijnu-ale-ne-vsi-znayut-pro-yih-isnuvannya-doslidzhennya/>.

українським митцям культурного фронту, «культурно-мистецьким проєктам, що презентують Україну на міжнародній арені» та проєктам з реалізацією в Україні шляхом залучення коштів від глобальної фандрейзингової кампанії⁷⁹. Тобто, залучення іноземних інвестицій – це вихід із складного економічного становища фінансування виробників національного культурного продукту.

Водночас, на тимчасово окупованих територіях російськими військами блокується доступ до українських ЗМІ, на територіях, де ведуться активні бойові дії, неможливо проводити освітньо-культурні заходи та поширювати національний культурний продукт, багато установ культурної інфраструктури тимчасово призупинили свою діяльність. Це в свою чергу актуалізує питання про діджиталізацію культурних продуктів, аби забезпечити доступ до них. За підтримки державних інституцій та креативних агенцій створюються такі діджитал-проєкти, як: 1) UkrainianUnofficial, який спрямований на подолання дуалістичного характеру в українському образотворчому мистецтві другої половини XX століття⁸⁰; 2) Автентична Україна, що оцифровує національні предмети музеїв, містить віртуальний тур та висвітлює українську культуру⁸¹; 3) Цифровий університет, що забезпечує доступ до дистанційної освіти; 4) UKRANIAN LIVE CLASSIC – у вигляді сайту та мобільного додатку, що знайомить споживача із українською класичною музикою⁸². Дані проєкти не лише є платформами політичної просвіти за допомогою національних культурних продуктів, а й водночас є самостійними культурними продуктами інтегрованими у процес діджиталізації.

Отже, процеси політичної дестабілізації становлять загрозу громадянській свідомості та кидає виклики політичній просвіті, що популяризує національний культурний продукт: 1) формування попиту на нього, 2) фінансування

⁷⁹ КРЕАТИВНИЙ БАТАЛЬЙОН УКРАЇНИ [Електронний ресурс] // Український центр культурних досліджень. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://uccs.org.ua/novyny/kreatyvnyi-bataljon-ukrainy/>.

⁸⁰ UkrainianUnofficial [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://archive-uu.com/ua/golovna>.

⁸¹ Автентична Україна: про проєкт [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://authenticukraine.com.ua/about>.

⁸² UKRANIAN LIVE CLASSIC [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukrainianlive.org/>.

виробників національних культурних продуктів та 3) забезпечення доступу до таких продуктів. Дії держави та суб'єктів просвіти направлені на вирішення цих проблем. Попит на національний культурний продукт формують відповідні законодавчі норми та положення, як от мовний закон, що збільшує частку україномовного продукту та обмежує російськомовного. Фінансуванням виробників національних культурних продуктів займаються державні інститути, що підтримують культурну інфраструктуру та надають виробникам грантову підтримку, навіть в умовах війни, шляхом залучення іноземних інвестицій. Діджиталізація національних культурних продуктів державними інституціями та креативними агенціями забезпечує доступ до них для людей з обмеженими можливостями чи у момент дисфункції культурної інфраструктури. Таким чином, політична просвіта за допомогою поширення національного культурного продукту, попри всі загрози гібридної війни, військового втручання, глобалізаційних процесів, доводить свою ефективність у формуванні громадянської свідомості українців, поширюючи вітчизняні цінності та ідеали, за допомогою закладених в них символів, знаків, сформованих політичних міфів, які слугують чинником ідентифікації українців, об'єднаності національної спільноти та доведенням самобутності української нації на міжнародній арені.

ВИСНОВКИ

Процес просвіти – це поширення об’єктивного незаангажованого знання, що направлене на пошук істини та культурне виховання. Політична просвіта має на меті формування у громадян розуміння політичних процесів та усвідомлення власної залученості до процесів державотворення, шляхом виховання у них громадянської свідомості. Засоби масової інформації можуть бути каналом поширення такого знання, якщо поширюють незаангажовану інформацію, з якою можна погодитися або оскаржити. Важливою умовою при цьому є ті, хто поширюють таку інформацію, тобто суб’єкти просвіти, вільні від намірів маніпулювати чи пропагувати за допомогою ЗМІ. Суб’єкти просвіти представлені окремими особами, на кшталт вихователів, вчителів, викладачів, блогерів тощо, або спілками цих осіб, на кшталт організацій громадянського суспільства, державних інституцій чи незалежних порталів. Складовою процесу політичної просвіти може бути поширення національного культурного продукту.

Культурний продукт – це товари чи послуги, що направлені на виховання чи задоволення дозвілля. Вони можуть бути у матеріальному вигляді: одяг, книги, відео- та аудіо-диски, предмети повсякденного вжитку тощо, або в нематеріальному: концерти, кіно, виступи, виставки тощо. Національний культурний продукт створений з урахуванням національних культурних особливостей, слугує самовираженням нації та направлений на збереження культурного простору та самобутності нації. Культурні продукти наділені символами та знаками, що закладають певні сенси та формують міфи, зокрема і політичні. Просвітницька робота за допомогою національних культурних продуктів направлена на розшифрування даних сенсів та міфів, аби вони виконували свою конструктивну функцію: єднання, розвиток та збереження нації. Однак ці сенси можуть трансформуватися під впливом ЗМІ, якщо на це є запит від культуріндустрій, перетворюючи культурні продукти у елементи пропаганди та неосмисленого споживацтва. Якщо є запит від суб’єктів просвіти,

то ЗМІ, шляхом поширення культурних продуктів, допомагають формувати єдиний інформаційний простір з метою об'єднання громадян та формування громадянської свідомості.

Громадянська свідомість є ваговою умовою розвитку демократії в країні, адже допомагає громадянам усвідомлювати причетність до процесів, що відбуваються в державі, служить чинником соціалізації індивіда, а також вчить протистояти пропаганді: як від внутрішніх політичних сил, так і від зовнішніх. Громадянська свідомість виховується у громадян шляхом політичної просвіти, яка вільна від пропаганди чи навіювання особистих інтересів. Національний культурний продукт за допомогою політичної просвіти формує нові політичні міфи та символи, що виступають інструментами національної консолідації та самоідентифікації. Дії держави та суб'єктів просвіти направлені на захист виробництва та поширення національного культурного продукту у момент державотворення, політичної дестабілізації та загрозі зовнішнього ворога в інформаційній війні, спростовуючи деструктивні міфи та спонукаючи до захисту національних інтересів. Тому національні культурні продукти мають попит серед громадян, захищаються законом, мають належне фінансування та доступ до них завдяки можливостям оцифровування.

Таким чином, політична просвіта за допомогою поширення національного культурного продукту, попри всі загрози гібридної війни, військового втручання, глобалізаційних процесів, доводить свою ефективність у формуванні громадянської свідомості українців, поширюючи вітчизняні цінності та ідеали, за допомогою закладених в них символів, знаків, сформованих політичних міфів, які слугують чинником ідентифікації українців, об'єднаності національної спільноти та доведенням самотності української нації на міжнародній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. 10 запитань про Суспільне [Електронний ресурс] // Суспільне медіа – Режим доступу до ресурсу: <https://corp.suspilne.media/questions>.
2. 2020 індекс сталості організацій Громадянського суспільства. Звіт по Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://drive.google.com/file/d/1QGzzMczF56w8Vv_sIjSsvw9wBHhRULyK/view.
3. Автентична Україна: про проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://authenticukraine.com.ua/about>.
4. Агенція Vox Populi (на замовлення УКФ): «Вивчення інтересів цільових аудиторій Українського культурного Фонду». – Режим доступу до ресурсу: <https://uaculture.org/wp-content/uploads/2020/12/potreby-cza-doslidzhennya-dlya-ukf.pdf>.
5. Аналітичний звіт Стан розвитку організацій громадянського суспільства міста Києва. – 2020. – С. 50. – Режим доступу до ресурсу: <https://kyivcity.gov.ua/img/item/general/6894.pdf>.
6. Архетипы и коллективное бессознательное / Карл Густав Юнг ; [перевод А. Чечиной]. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — С. 96. — (Философия – Neoclassic).
7. Бабель [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://babel.ua/>.
8. Барабаш, В. А. Роль громадянської самосвідомості у процесі громадянського виховання особистості / В. А. Барабаш // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. – Кіровоград, 2014. - Вип. 125. – С. 48–52.
9. Бессмертный позор «Второй армии мира» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://moypolk.net.ua/>.

10. Белкіна І. Огляд українських перекладів за кордоном [Електронний ресурс] / І. Белкіна, І. Батуревич // Український інститут книги. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/1Wec9WynfFly3SRkTc3h4jqepsf-pQ3Pk/view>.
11. Боришевський М. Й. Розвиток громадянської спрямованості : монографія / Боришевський М. Й., Яблонська Т. М., Антоненко В. В.; за заг. ред. М. Й. Боришевського. — К., 2007. — С. 186.
12. Брат 2 / реж. Алексей Балабанов ; в ролях: С. Бодров, В. Сухоруков, С. Маковецкий, Д. Лесникова ; Кинокомпания СТВ. Москва : СТВ, 2000. Фильм вышел на экраны в 2000.
13. «Брат» и «Брат 2» собрали в повторном прокате более 100 млн рублей [Електронний ресурс] // Regnum. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://regnum.ru/news/cultura/3580051.html>.
14. Бурдьё П. Рынок символической продукции: Часть первая [Електронний ресурс] // Социологическое пространство Пьера Бурдьё. – 1997. – Режим доступу до ресурсу: <http://bourdieu.name/content/chast-pervaja>.
15. Волошка Л. “Війна мовою культури”: більшість українців вважає потрібними фільми і книжки про війну, але не всі знають про їх існування [Електронний ресурс] / Лариса Волошка // Новинарня. – 2021. Режим доступу до ресурсу: <https://novynarnia.com/2021/11/08/bilshist-ukrayincziv-vvazhayepotribnymy-filmy-i-knyzhky-pro-vijnu-ale-ne-vsi-znayut-pro-yih-isnuvannya-doslidzhennya/>.
16. Гарматій О., Кісіль С. Культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: Журналістські науки. – 2018. – №. 896. – С. 18-25.
17. Дем'янчук О. П. Політична освіта: місток між державою та громадянським суспільством/ Дем'янчук О. П. , Кравченко М. С. // Громадянське суспільство: проблеми теорії та практики. Збірка статей. - 2008. – С. 62-79.

18. Загін Кіноманів. (2022, 30 березня). УКРАЇНА В РОСІЙСЬКИХ ФІЛЬМАХ! Історія промивання мізків народу [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=evkr6wG3BY0>. – 13:31 – 17:17.
19. Зарванська, Л. (L. Zarvanska) (2013) Процес формування громадянської свідомості та громадянської позиції молоді (Formation of civic consciousness and civic attitude of Ukrainian youth). Актуальні проблеми громадянської освіти та виховання: український та зарубіжний досвід. – С. 183-184.
20. Захаров А. "Незабаром перелаштуєтесь". Як Росія закріплюється на окупованих українських територіях [Електронний ресурс] / А. Захаров, А. Лотарьова, О. Герасименко // BBC News Україна. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-61277532>.
21. Зражевська Н.І. Масова комунікація і культура: Лекції. – Черкаси, 2006. – С. 195.
22. Зражевська, Н. І. (2013). МЕДіАКУЛЬТУРА ЯК" ІНДУСТРІЯ КУЛЬТУРИ". КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ і КОМОДИФІКАЦІЯ МЕДіАКУЛЬТУРИ. Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки, 26(3). – С. 24-29.
23. ІМІ оновив список найякісніших українських онлайн-медіа [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/192428/2021-09-30-imi-onovyyv-spysok-nauyakisnishykh-ukrainskykh-onlayn-media/>.
24. Ісаєва Н. Ю. Громадянське суспільство і громадянська свідомість у сучасному світі / Наталія Юріївна Ісаєва. // Філософія та політологія в контексті сучасної культури». – 2021. – С. 35-41.
25. Кириленко В. І., Федоренко Т. О. Економічна природа культурних індустрій та їх продуктів // Стратегія економічного розвитку України, № 48, 2021. С. 56–67.

26. Кисельов С. О Громадянська освіта чи політологічна просвіта? // Наукові записки. Том 173. 2015 р. – Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/8833> - С. 28 -29.
27. Климчишин М. НА ФРОНТІ ОБРАЗІВ ТА ІДЕЙ: МОЛОДЕ УКРАЇНСЬКЕ КІНО І РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА [Електронний ресурс] / Марта Климчишин // Листи до приятелів. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://lysty.net.ua/norufilms/>.
28. Коротков, Д. С., & Коннова, Н. О. (2018). Міфологеми як інструментарій маніпуляції політичної свідомістю. Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, протокол № 8 від 3 травня 2018 р.- С. 300.
29. КРЕАТИВНИЙ БАТАЛЬЙОН УКРАЇНИ [Електронний ресурс] // Український центр культурних досліджень. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://uccs.org.ua/novyny/kreatyvnyj-bataljon-ukrainy/>.
30. Кузнецов В. Сущность и признаки Просвещения / В. Кузнецов // Sententiae. - 2016. - № 2. - С. 94-112.
31. Марков А. Правила роботи редакції [Електронний ресурс] / А. Марков, Д. Светлова // Бабель – Режим доступу до ресурсу: <https://babel.ua/policy>.
32. Овчаренко С. В. Гуманітарна та культурна політика [Електронний ресурс] : навч. посіб. / С. В. Овчаренко. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2013. – С. 152.
33. Песенті М. Культурне відродження та соціальна трансформація України. Роль культури та мистецтва у зміцненні стійкості постмайданної України [Електронний ресурс] : дослідження / М. Песенті. – Лондон : Chatham House, 2020. – С. 47.
34. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 р. № 2704-VIII : станом на 7 трав. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>.

35. Проект закону України від 12.12.2012 № 895 [Електронний ресурс] // Ліга.Закон. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JG0OV00A.html.
36. Птаха [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ptaha.in.ua/>.
37. Пукшанский, Борис Яковлевич. "О роли просвещения в современном образовании." Записки горного института 221, 2016. – С. 766-772.
38. Резюме дослідження Організації громадянського суспільства України UNDP Україна. – 2017. С. 8 - Режим доступу до ресурсу: https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/defining_civil_society_ukr.html.
39. Рукосуева М. Культурный продукт: к определению понятия // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 134-147.
40. Буква Z как один из ключевых элементов российской пропаганды [Електронний ресурс] // Русская служба «Голоса Америки». – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.golosameriki.com/a/russian-military-propaganda-letter-z/6557175.html>.
41. Рябов С. Г. Громадянська освіта і її роль у демократизації українського суспільства / С. Г. Рябов. // Освіта для демократії. - 1999. -11 листопада. - С. - Зібрано в зшитку: Публікації про НаУКМА, 1999.
42. Рябов, С. (2004). Особливості громадянської освіти у формуванні політичної культури перехідного суспільства. – С. 1-10.
43. Самосват І. «Доброго вечора, ми з України». 8 брендів, що створюють патріотичні колекції й допомагають ЗСУ [Електронний ресурс] / Іра Самосват // ШоТам. – 2022. – Режим доступу до ресурсу:

<https://shotam.info/dobroho-vechora-my-z-ukrainy-8-brendiv-shcho-stvoriuiut-patriotychni-kolektsii-y-dopomahaiut-zsu/>.

44. Сидорова А. Что будут показывать российские кинотеатры в условиях запрета проката западного кино [Електронний ресурс] / Александра Сидорова // ВФМ. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bfm.ru/news/495857>.

45. Словник Української мови [Електронний ресурс] // Інститут мовознавства імені О. О. Потебні Національної академії наук України – Режим доступу до ресурсу: <http://www.inmo.org.ua/sum.html?wrд=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B0>.

46. Стефанчук У. Політична міфотворчість як різновид маніпулювання масовою свідомістю / Устина Стефанчук. // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2006. – №17. – С. 140–143.

47. Суспільне [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/>.

48. Тарас Кремінь: Заборона українського телебачення і радіо на окупованих рф територіях - лінгвоцид українського народу [Електронний ресурс] // Уповноважений із захисту державної мови. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://mova-ombudsman.gov.ua/news/taras-kremin-zaborona-ukrayinskogo-telebachennya-i-radio-na-okupovanih-rf-teritoriyah-lingvovid-ukrayinskogo-narodu>.

49. Український культурний фонд: офіційний сайт. – Режим доступу: <https://ucf.in.ua/about>.

50. Філіна Т. В. КУЛЬТУРНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ / Тетяна Вікторівна Філіна. // International scientific journal «Grail of Science» |. – 2021. – №9. – С. 444–448.

51. Цвынар К. М. Средства массовой информации в современной культуре: информация и просвещение или манипуляция? / К. М. Цвынар. // Политическая концептология. – 2015. – №2. – С. 97–108.
52. Черняк Д. Політична освіта як один з чинників демократизації суспільства / Дарина Черняк. // Соціальна психологія. – 2011. – №2. – С. 38–43.
53. Читоמו [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://chytomo.com/>.
54. Читоמו: Про нас [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://chytomo.com/pro-nas/>.
55. Шейгус В. Разом ми – сила: навіщо суспільству потрібні ОГС і чим вони займаються [Електронний ресурс] / Володимир Шейгус // Mind. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/openmind/20231995-razom-mi-sila-navishcho-suspilstvu-potribni-ogs>.
56. Aiello, L., & Cacia, C. (2014). The Cultural Product: Integration and Relational Approach. In L. Aiello (Ed.), Handbook of Research on Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives (pp. 1-21).
57. Bourdieu P. La Distinction. Critique sociale du jugement. P.: Minuit, 1979. Цит. за Шматко Н.А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьё // Социологические исследования. 2003. №8.
58. ETNODIM [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://etnodim.com.ua/>.
59. Kulyk V. Shedding Russianness, recasting Ukrainianness: the post-Euromaidan dynamics of ethnonational identifications in Ukraine [Електронний ресурс] / Volodymyr Kulyk // Taylor and Francis Online. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1060586X.2018.1451232?scroll=top&needAccess=true>.

60. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno Dialektik der Aufklaerung Philosophische Fragmente, 1969. / Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер: Диалектика просвещения. Философские фрагменты. Перевод на русский язык: М. Кузнецова. — СПб., 1997. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 21.03.2011. Режим доступа до ресурсу: <https://gtmarket.ru/library/basis/5521/5525>.

61. Never again gallery [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <https://neveragaingallery.com/>.

62. UkrainianUnofficial [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <http://archive-uu.com/ua/golovna>.

63. UKRAINIAN LIVE CLASSIC [Электронный ресурс]. – Режим доступа до ресурсу: <https://ukrainianlive.org/>.

АНОТАЦІЯ

Дипломної роботи

Тема «Роль культурного продукту у здійсненні політичної просвіти та формуванні громадянської свідомості»

Студентка Трохименко Дарія Вікторівна

Рік навчання, факультет 2021-2022 н.р., ФСНСТ

Науковий керівник Доктор політичних наук, доцент кафедри політології Чабанна М. В.

Рецензент Доктор політичних наук, доцент кафедри політології Гнатюк Микола Миколайович

Захищена “4” липня 2022 р.

Короткий зміст роботи

Метою дипломної роботи є визначити роль виробництва та поширення національних культурних продуктів у здійсненні політичної просвіти з ціллю сформувати громадянську свідомість населення. Робота складається з трьох розділів. У першому розділі розкривається сутність поняття політичної просвіти, діяльність суб'єктів політичної просвіти та ЗМІ як інструмент здійснення просвітницького процесу. У другому розділі розкривається сутність поняття національного культурного продукту та визначається роль його характерних ознак у процесі політичної просвіти. У третьому розділі розкривається сутність поняття громадянської свідомості, визначається його формування внаслідок здійснення політичної просвіти за допомогою вироблення, поширення та використання культурного продукту, крім того визначаються актуальні виклики формування громадянської свідомості та шляхи їх вирішення за допомогою популяризації національного культурного продукту. У висновку робота доводить ефективність виробництва та поширення національних культурних продуктів при здійсненні просвітницького процесу з ціллю підвищити громадянську свідомість населення.