

## **ПРОМОЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

**Понедельник Л.А.**

*кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри історії України та археології  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
м. Луцьк, Україна*

Важливе унікальне і багатогранне явище становить культурна спадщина українського народу. Ми, українці, як і кожен народ, маємо свої неповторні цінності, які є невід'ємною складовою скарбниці світової культури. Зокрема, у складні для нашої країни часи, важливим чинником міжнародного іміджу України виступає нематеріальна культурна спадщина. Пропагуючи ознаки регіональної та локальної культурної ідентичності, ми викликаємо міжнародне визнання, а його розвиток сприяє туризму та успішному економічному розвитку регіонів. Серед об'єктів охорони нематеріальної культурної спадщини усні традиції, звичаї, обряди, свята; знання і звичаї, що стосуються природи; виконавські мистецтва; традиційні ремесла тощо.

На жаль, склалася ситуація, як зазначає Р. Харковенко, що ці традиції зовсім не відомі у світовому масштабі через відсутність українських об'єктів у Всесвітніх списках культурної спадщини, якими опікується ЮНЕСКО і які є відомими туристичними центрами Європи та Світу. Це сталося через відсутність комунікації між майстрами народного мистецтва, музейниками, вищими навчальними закладами, ЗМІ [8]. Відтак, одним з перших завдань у зазначеній сфері є активізація органів місцевого самоврядування у напрямку збору та дослідження фольклору та вивчення народної творчості.

Одним з інструментів популяризації народної творчості, який сприяв би наданню ефективних культурних послуг, є соціальні мережі. Вони слугують використанню інноваційних та культурних індустрій у впровадженні тематики збереження культурної спадщини, створення принципово нових підходів до культурного розвитку громад. На сьогодні люди, які працюють в галузі культури, громадські об'єднання, органи місцевого самоврядування повинні чітко володіти вмінням будувати стратегії розвитку ефективних культурних послуг, навиками щодо збереження культурної спадщини, а також бути фахівцями у нових підходах до культурного розвитку громад через культурну спадщину.

Соціальна мережа – це онлайн-платформа, веб-сайт (сайт), призначені для вільного віртуального спілкування осіб зі спільними інтересами чи потребами. До комунікації в соціальних мережах залучаються не лише окремі особи, а й інституції, політики, ЗМІ. Навіть офіційна державна інформація чи інформація ЗМІ доноситься, передається через соціальні мережі. Порівняно з іншими видами спілкування соціальні мережі характеризуються автентичністю, доступністю, неформальністю, оперативністю. Прикладом такої роботи може бути семінар представників робочої групи з підготовки Національного звіту України до міжнародної організації ЮНЕСКО з питань імплементації Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини за період 2016–2021 рр. на виконання наказу Міністерства культури України від 27. 07. 2015 р. № 548 «Про уповноваження Українського центру культурних досліджень на науково-методичне забезпечення реалізації Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини» та з метою налагодження взаємодії в процесі збору інформації для підготовки Національного звіту України про виконання вказаної Конвенції 21 квітня 2021 р. [3]. Така зустріч дала можливість обговорити результати щодо організації та установ, які подали на розгляд регіони України, діяльність яких безпосередньо пов'язана з нематеріальною культурною спадщиною.

Генерування та поширення інформації в інтернет-просторі є абсолютно безкоштовним і залежить лише від зусиль відправника. Контент інформації, що поширюється в соціальних мережах, називається контентом, створеним користувачами. Це одна з найважливіших особливостей соціальних мереж. Синонімами соціальних мереж називають соціальні медіа, що підкреслює різноманіття такого спілкування. Виділяють такі основні форми соціальних мереж: соціальні сайти (Facebook), Wiki-портали (Wikipedia), блоги, мікроблоги (Twitter), подкасти (YouTube), віртуальні соціальні світи та ігри (Second Life, World of Warcraft), інтернет-форуми, віртуальні спільноти. Останні дві форми здебільшого ідентичні, оскільки форуми є місцем спілкування віртуальних спільнот. Однак існують спеціальні інтернет-портали, створені саме для форумів. Віртуальні спільноти можна створювати за допомогою всіх інструментів, доступних в Інтернеті, створюючи власні окремі веб-сайти чи облікові записи, профілі на інших порталах або збираючи групи у Facebook. Найголовніше, щоб ці люди спілкувалися між собою, мали щось спільне, специфічні здібності чи потреби. Такі спільноти також можуть створюватися організаціями для досягнення різних цілей, оскільки зворотний зв'язок із такими спільнотами дає більш швидку та чесну інформацію.

На сайті Міністерства культури та інформаційної політики України 26 липня 2022 р. було оголошено про початок прийому заявок на здобуття премії за збереження та охорону нематеріальної культурної спадщини у 2022 р. [2]. Дане оголошення було поширене через мережі Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, Youtube та ін.

Новостворені територіальні громади потребують власної ідентичності, яка може стати важливим фактором задля прискорення розвитку громади, сприяння налагодження комфортних і безпечних умов проживання жителів у всіх населених пунктах громади [4, с. 90]. Тому громади, громадські організації зацікавлені у створенні спеціальних онлайн-майданчиків для популяризації тих чи інших проєктів, зокрема і роботи над популяризацією нематеріальної культурної спадщини. Такий досвід неминуче викличе суспільний інтерес. Для цього потрібні різні спільні заходи та дії жителів сіл, селищ, містечок громад, які спрямовані на майбутній розвиток на основі спільних цінностей, спільної історії, спільного сьогодення та спільного майбутнього. На сьогоднішній день прикладом важливих елементів у побудові спільної ідентичності громади може стати «народний музей» територіальної громади. Досить об'єктивно у соцмережах (Facebook, Youtube) висвітлюється діяльність Торчинського народного історико-краєзнавчого музею імені Григорія Гуртового, зокрема питання збереження і пропагування традиційних ремесел, звичаїв і традицій, свят у виконанні Торчинського народного ансамблю пісні і танцю «Колос» та ін. [5].

Розрізняють два види організації соціальних мереж відповідно до діючих суб'єктів та їхніх взаємовідносин: а) мережі, сформовані фізичними особами, і б) мережі, сформовані організаціями. Причини створення соціальних мереж і мотиви їх учасників можуть бути найрізноманітнішими, звідси і різний їх зміст та цілі. Мережі, створені та підтримувані окремими особами, об'єднують суб'єктів, які мають культурну, духовну, професійну чи ідеологічну близькість для спілкування. Соціальні мережі також можуть об'єднувати людей, які переслідують певні цілі в певній діяльності: організація заходів, підготовка та реалізація соціальних проєктів, дослідження наукових проблем тощо. Українська етнографиня Алла Дмитренко використовує соціальні мережі для ознайомлення з традиціями, звичаями та обрядами українців на регіональному рівні [6].

Оскільки соціальні мережі створюються на основі вільного та неформального обговорення, то в них можна подавати різноманітну інформацію, навіть маніпулятивного чи дослідницького характеру. На сторінці «Управління культури і мистецтв Вінницької області» (Facebook, Instagram,) подано перелік елементів нематеріальної культурної спадщини, повідомляються проблеми наукових досліджень [7].

Повідомлення, опубліковане в соціальній мережі, якщо воно актуальне або цікаве, розмножується і потрапляє в багато інших мереж і поширюється серед активних користувачів Інтернету. Чим вище трафік і рейтинг соціальної мережі, тим більше шансів на поширення інформації. І сьогодні, коли соціальні мережі також є одним із джерел медіапродукції, цілком імовірно, що несподіване, оригінальне повідомлення може потрапити в засоби масової комунікації. На веб-сторінках або профілях, вбудованих у соціальну мережу, відбувається пряме спілкування з користувачами, які можуть включати членів цільової аудиторії. Розміщене в соціальних мережах повідомлення про суспільно значущі та важливі питання є більш переконливим, ніж поширення такої ж інформації в ЗМІ, а участь у соціальних мережах сигналізує про публічність, ідентифікацію з масами. По суті, прагнення багатьох ініціаторів та учасників громадсько-орієнтованих мереж полягає в тому, щоб через комунікацію перенести ідеї в реальність і втілити в них обговорювані дії, проекти. Зокрема, це стосується і питання популяризації нематеріальної культурної спадщини в Україні.

### Література:

1. Експурсія у Торчинському народному історико-краєзнавчому музеї : веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dXIV9mIk4f4&t=4s> (дата звернення: 17.04.2023).
2. Початок прийому заявок на здобуття премії за збереження та охорону нематеріальної культурної спадщини у 2022 р. : веб-сайт. URL: <https://mkip.gov.ua/news/7453.html> (дата звернення: 17.08.2023).
3. Семінар представників робочої групи з підготовки Національного звіту України до ЮНЕСКО : веб-сайт. URL: <http://www.zomc.org.ua/nematerialna-kulturna-spadhina> (дата звернення: 15.10.2023).
4. Ткачук А., Наталенко Н. Місцева ідентичність. Для територіальних громад і не тільки. Київ : ТОВ «Видавництво «Юстон»», 2020. 97 с.
5. Торчин. Історичний музей : веб-сайт. URL: <https://www.facebook.com/groups/3269381249763463> (дата звернення: 15.10.2023).
6. У Володимирі відгуляли Масляну : веб-сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=vz\\_e4fVoXcg](https://www.youtube.com/watch?v=vz_e4fVoXcg) (дата звернення: 18.09.2023).
7. Управління культури і мистецтв Вінницької області : веб-сайт. URL: <https://www.facebook.com/ICHvinnytsiaregion/> (дата звернення: 18.09.2023).
8. Харковенко Р. Нематеріальна культурна спадщина – ресурс розвитку об'єднаних територіальних громад та малих міст України. URL: <https://uccs.org.ua/novyny/nematerialna-kulturna-spadshchyna-resurs-rozvytku-ob-iednanykh-terytorialnykh-hromad-ta-malykh-mist-ukrainy/> (дата звернення: 18.09.2023).