

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут соціології та медіакомунікацій

Кафедра медіакомунікацій

До захисту допущено
кафедрою медіакомунікацій, протокол № _____ від _____

В. о. завідувача кафедри _____
(підпис)

Лілія ЗМІЙ
(ім'я, прізвище)

« ____ » _____ 2025 р.

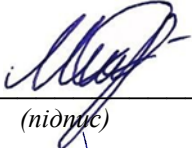
Кваліфікаційна робота
(інноваційний магістерський проєкт)
здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти

**УКРАЇНСЬКА МІФОЛОГІЯ В ЦИФРОВИХ МЕДІА:
ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ**

Спеціальність 061 Журналістика
(код та найменування спеціальності)

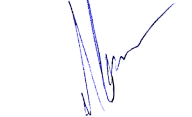
Освітня програма Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика
(назва освітньої програми)

Виконавець


(підпис)

Марія ВОЙТЕНКО
(ім'я, прізвище)

Науковий керівник


(підпис)

Лідія СТАРОДУБЦЕВА
(ім'я, прізвище)

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МІФОЛОГІЇ В ЦИФРОВИХ МЕДІА.....	10
1.1 Міфологія як система культурних кодів: теоретичні підходи.....	10
1.2 Візуальна репрезентація та її функції у сучасному медіапросторі.....	12
1.3 Трансформація міфологічних архетипів у цифровому медіасередовищі.....	15
1.4 Історія репрезентації українських міфів у медіа.....	18
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МІФОЛОГІЇ.....	22
2.1 Українські міфологічні істоти природи як об'єкти візуальної репрезентації.....	22
2.2 Образна система та символіка духів природи в українській культурі.....	24
2.3 Сучасні візуальні стратегії інтерпретації міфологічних образів.....	27
2.4 Цифрові мультимедійні проєкти з репрезентації української міфології: аналіз і порівняння.....	30
2.4.1 Аналіз проєкту «Чарівний світ» як сучасної цифрової репрезентації української міфології.....	30
2.4.2 Аналіз проєкту «Хроніки Сили» у контексті трансформації міфологічних образів.....	32
2.4.3 Порівняльний аналіз двох проєктів: стилістичні підходи, технічні рішення та інтерпретація архетипів.....	34
2.5 Зарубіжні аналоги цифрової репрезентації міфології.....	37
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3 АВТОРСЬКИЙ МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ПРОЄКТ З РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МІФОЛОГІЇ.....	43
3.1 Концепція YouTube-проєкту як форми популяризації української міфології.....	43

3.2 Створення короткометражного анімаційного фільму на основі українського міфу за допомогою нейромереж.....	46
3.3 Візуальні та комунікативні особливості практичної реалізації.....	48
3.4 Перспективи розвитку мультимедійного формату.....	51
Висновки до розділу 3.....	54
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	67

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Тема «Українська міфологія в цифрових медіа: візуальні стратегії репрезентації» є актуальною, оскільки сучасна культура перебуває у стані активної діджиталізації, коли традиційні наративи та образи набувають нових форм через цифрові технології. У цьому процесі медіа стають не лише каналом трансляції смислів, а й середовищем творення нових міфів, що впливають на ідентичність сучасної людини. Українська міфологія є не лише системою народних вірувань і легенд, а й живим кодом національної культури, який формує колективну пам'ять. Її репрезентація в цифровому середовищі виступає важливим інструментом осмислення культурної спадщини в умовах глобалізації та інформаційних війн. В умовах повномасштабної російсько-української війни, культурних викликів та інформаційних змагань повернення до власних архетипів і символів через нові медіа набуває особливого значення як спосіб захисту й актуалізації української культурної суб'єктності.

Сьогодні українські творці дедалі частіше звертаються до міфологічних мотивів у цифровому мистецтві, анімації, музиці, кінематографії, відеоіграх, VR-та AR-проектах. Це свідчить про пошук балансу між традицією й технологічною новизною. Візуальна мова цифрових медіа стає тим інструментом, що дозволяє міфологічному мисленню зберігати актуальність, роблячи його доступним для нових аудиторій — передусім молоді та глобальної мережевої спільноти.

Вибір теми зумовлений прагненням осмислити, як українська міфологія трансформується в цифровому просторі та яким чином сучасні медіа можуть репрезентувати глибинні архетипи, не втрачаючи їхньої автентичності. Аналіз візуальних стратегій дає змогу побачити, як нові технології (зокрема штучний інтелект) не лише відтворюють міф, а й створюють умови для його нового прочитання, формуючи цифрову міфотворчість.

Ступінь вивченості теми. Проблема взаємодії міфу та медіа активно розробляється у світовій гуманітарній науці. Класичні підходи до осмислення природи міфу сформовано в працях К. Юнга, К. Леві-Строса, М. Еліаде та

Р. Барта, які розглядали міф як форму колективного несвідомого, структурний елемент культури та специфічний тип наративу. Теоретичні основи візуальної репрезентації культурних кодів розкриваються у працях У. Еко, С. Голла, Ж. Бодрієра, де візуальна культура осмислюється як система знаків, симулякрів і медіа-репрезентацій.

У контексті дослідження цифрової культури важливими є ідеї М. Кастельса, Г. Дженкінса та Л. Мановича, які аналізують цифрові медіа як простір конвергенції старих і нових форм наративності, трансмедійного сторітелінгу та мережових комунікацій. У працях Ж. Бодрієра та Ж. Делеза візуальна культура розглядається як поле симуляцій, де міф перетворюється на «образ-ілюзію», що живе власним життям у медійному просторі.

В українській гуманітаристиці важливим підґрунтям є дослідження В. Войтовича, Л. Тарнашинської, О. Забужко, О. Чебан, С. Єрмоленко та інших авторів, які осмислюють українську міфологію як складову національної ідентичності, аналізують образи духів природи, архетипи жіночності, мотиви межовості та травми в українській культурі. Ці дослідження підкреслюють, що міф у сучасній культурі не зникає — він змінює форму, переходячи з усної традиції й фольклору в простір цифрових медіа.

Попри значну кількість теоретичних праць, візуальні стратегії репрезентації української міфології в цифрових медіа залишаються недостатньо дослідженими. Особливо мало опрацьованими є питання використання технологій штучного інтелекту, аналізу українських цифрових проєктів, присвячених міфології, та порівняння їх із зарубіжними мультимедійними ініціативами. Цей напрям потребує комплексного аналізу — від теоретичного осмислення до практичної реалізації в медіапроєктах.

Мета та завдання дослідження. *Метою* дослідження є розкриття особливостей репрезентації української міфології в цифрових медіа та визначення візуальних стратегій, за допомогою яких традиційні образи переосмислюються й адаптуються до сучасного медіасередовища.

Для досягнення мети проєкту необхідно поставити та вирішити такі завдання:

- узагальнити теоретичні підходи до розуміння міфу та його функцій у сучасній культурі;
- охарактеризувати основні типи візуальної репрезентації в цифрових медіа;
- проаналізувати особливості українських міфологічних образів і символів у контексті новітніх медіа;
- дослідити сучасні українські мультимедійні ініціативи, присвячені українській міфології, та зіставити їх із зарубіжними аналогами цифрової репрезентації міфів;
- розкрити процес створення короткометражного анімаційного фільму на основі українського міфу з використанням технологій штучного інтелекту;
- визначити комунікативні та естетичні можливості цифрових форматів у популяризації української міфології.

Об'єктом дослідження є українська міфологія як система культурних символів і наративів.

Предметом дослідження є візуальні стратегії репрезентації українських міфологічних образів у цифрових медіа.

Методи дослідження. Зважаючи на те, що українська міфологія та сучасні цифрові медіа належать до різних галузей гуманітарного й техніко-технологічного знання, у роботі застосовано інтегративну міждисциплінарну методологію, що поєднує культурологічний, медіазнавчий, комунікаційний, мистецтвознавчий та техніко-аналітичний підходи. У межах цієї стратегії використано загальнонаукові методи аналізу й синтезу, порівняння, класифікації та узагальнення, які дозволили систематизувати наукові джерела, окреслити ключові поняття та визначити основні тенденції візуалізації міфологічних образів у цифровому середовищі.

Для дослідження феномена репрезентації української міфології в сучасних мультимедійних форматах і створення авторського проєкту застосовано такі спеціально-наукові методи:

- міфологічний та структурно-семіотичний аналіз – для виявлення символіки, архетипів і наративних структур українських міфологічних образів та визначення їхнього смислового ядра;

- візуально-аналітичний метод – для аналізу сучасних художніх, анімаційних та цифрових інтерпретацій міфологічних персонажів (колір, композиція, стилістика, візуальні стратегії);

- контент-аналіз – для опрацювання медіаматеріалів, сайтів, соціальних мереж і мультимедійних проєктів (зокрема «Чарівний світ», «Хроніки Сили» та інші приклади сучасної цифрової міфотворчості);

- порівняльно-культурологічний метод – для зіставлення традиційних фольклорних образів із їхніми актуальними цифровими інтерпретаціями, виявлення подібностей, трансформацій та тенденцій адаптації;

- метод проєктного аналізу – для розробки концепції YouTube-каналу, сценарної структури та візуальної стилістики авторського анімаційного фільму;

- методи роботи з медіатехнологіями – для аналізу можливостей і обмежень нейромережових інструментів (генеративні моделі зображень і відео, алгоритми анімації та мультимедійного монтажу);

- емпіричний візуально-технологічний метод – для практичного створення анімаційного фільму на основі промтів, тестових рендерів, сценарної розкадровки та подальшого монтажу мультимедійного матеріалу.

Застосування цих методів дозволило комплексно дослідити як традиційну природу українських міфологічних персонажів, так і специфіку їхньої трансформації у цифрових медіа, а також створити власний мультимедійний формат, що поєднує фольклорні мотиви та сучасні технології.

Теоретичну основу дослідження становлять концепція архетипів Карла Юнга, структуралістська інтерпретація міфу Клода Леві-Строса, семіотична теорія міфу Ролана Барта та культурологічні підходи Умберто Еко й Жана Бодрійєра щодо символічної природи образів. Важливим методологічним підґрунтям є також концепція мережевого суспільства Мануеля Кастельса та теорія конвергентних медіа Генрі Дженкінса, які дозволяють осмислити механізми трансформації

міфологічних наративів у цифровому середовищі. У контексті візуальних медіа дослідження спирається на ідеї Льва Мановича про цифрову візуальність і медіаестетику. Український науковий дискурс представлений працями Валерія Войтовича, Лариси Тарнашинської та Оксани Забужко, які розкривають структуру й символіку української міфології, специфіку демонологічних образів і їхній культурний зміст.

Емпіричною базою є приклади сучасних українських цифрових ініціатив, присвячених культурній спадщині (зокрема мультимедійні проєкти «Чарівний світ», «Хроніки Сили» та ін.), а також авторський мультимедійний проєкт — створення короткометражного анімаційного фільму за мотивами української міфології з використанням технологій нейромереж.

Наукова новизна полягає в комплексному аналізі репрезентації української міфології в цифрових медіа та визначенні специфіки візуальних стратегій, що формують сучасну цифрову міфотворчість, а саме: систематизовано теоретичні підходи до осмислення міфу в контексті цифрової культури, окреслено типологію візуальних стратегій репрезентації українських міфологічних образів у сучасних мультимедійних проєктах, проаналізовано українські цифрові ініціативи в контексті світових тенденцій цифрової репрезентації міфології, запропоновано авторську модель мультимедійної репрезентації українського міфу, реалізовану у форматі короткометражного анімаційного фільму з використанням технологій штучного інтелекту.

Практичне значення полягає у можливості використання висновків і напрацювань дослідження в галузях аудіовізуальних медіа, журналістики, дизайну, культурології та освіти. Створений медіапроєкт може слугувати прикладом інтеграції української культурної спадщини в цифровий контент і сприяти формуванню нових форматів культурної комунікації в мережевому середовищі. Матеріали роботи можуть бути використані у навчальному процесі під час викладання дисциплін із журналістики, медіадосліджень, теорії та історії аудіовізуальної культури.

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів (у т. ч. 13-ти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (83 найменування, з них 25 — іноземними мовами, 17 — досліджувані джерела) і додатків. Загальний обсяг дослідження — 74 сторінок, з них основна частина становить 56 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МІФОЛОГІЇ В ЦИФРОВИХ МЕДІА

1.1 Міфологія як система культурних кодів: теоретичні підходи

Поняття міфу, попри свою давність, залишається одним із найгнучкіших і найплідніших для сучасної гуманітарної науки. Міфологічне мислення — це не лише архаїчний спосіб пояснення світу, а форма колективного знання, що постійно відтворюється в культурі. Як зазначав Мірча Еліаде, міф «оповідає про священну історію, тобто розповідає, як щось було створене» [50]. Таким чином, міф не є вигадкою, а структурою смислів, через яку суспільство осмислює власне буття.

Міфологія виступає основою будь-якої культури — її «генетичним кодом». Кожен народ формує власну систему міфів, у якій закодовано його уявлення про добро і зло, життя і смерть, світло і темряву. Юрій Лотман розглядав культуру як «механізм збереження й передавання інформації» [58], де міф є одним із перших кодів цього механізму. Тому міфологічні образи й символи — це не лише частина історичного минулого, а й активні носії культурної пам'яті, які відновлюються в нових формах — у літературі, кіно, музиці, цифрових медіа.

Міфологічна система є не хаотичним набором казок чи легенд, а впорядкована структура архетипів. Карл Юнг визначав архетип як «первісний образ, що міститься у колективному несвідомому» [55]. Ці образи — Матері, Героя, Мудреця, Тіні — постійно повторюються в культурі, змінюючи форму, але зберігаючи зміст. Українська міфологія насичена архетипами, які виражають специфіку національної ментальності: Берегиня як символ захисту і материнства, Лісовик як втілення природи, Мара як тінь і темна сила.

У цифрових медіа ці постаті набувають нового життя — через відеоігри, цифрову ілюстрацію, штучний інтелект, кінематограф і соціальні мережі, вони стають сучасними медіа-героями, що продовжують міфотворчу традицію.

Семіотичний підхід до аналізу міфу запропонував Ролан Барт, який у праці описав міф як «другий рівень семіологічної системи», де будь-який об'єкт може стати знаком ідеології. Він писав: «Міф — це мова, вибрана історією» [43]. Для сучасного медіапростору це означає, що навіть цифрові образи, створені нейромережею, є носіями певної культурної ідеології. Через них суспільство інтерпретує власне минуле і формує майбутнє.

Клод Леві-Строс розглядав міф як спосіб впорядкування протилежностей у мисленні: життя — смерть, світло — темрява, культура — природа [56]. Його структурна антропологія допомагає зрозуміти, чому навіть у найсучасніших цифрових наративах зберігається двоїстість — боротьба хаосу й порядку, людини й технології. Ці структури міфу, за Леві-Стросом, не зникають — вони трансформуються в нових формах комунікації.

Міфологія в сучасному культурному контексті розглядається не лише як залишок архаїчної свідомості, а як активний комунікаційний механізм. Вона створює спільний культурний простір, де символи, архетипи й образи стають зрозумілими без перекладу. У сучасній теорії медіа, за Генрі Дженкінсом [52], цей механізм називають «трансмедійним міфом» — коли один сюжет або архетип поширюється через різні платформи: фільм, комікс, кліп, соціальну мережу.

Для української культури, що переживає процеси самоідентифікації, така багатоплатформність стає інструментом збереження і переосмислення національної міфології у глобальному контексті.

У візуальному аспекті міф діє як культурний код, тобто як спосіб передачі інформації через образ. Як зазначає Умберто Еко, «будь-який образ — це висловлювання, що має граматику» [49]. Тож аналіз візуальної репрезентації українських міфологічних символів вимагає розуміння їхньої «граматики» — тобто того, як через форму, колір, ритм і композицію передаються глибинні смисли.

У цифрових медіа ця граматика змінюється: від сакральних орнаментів і фольклорних мотивів — до динамічних відео, інтерактивних VR-проектів і зображень, створених штучним інтелектом. Проте символічна природа

залишається незмінною — вона все ще виконує функцію зв'язку між минулим і теперішнім.

Отже, міфологія — це не лише спадщина, а й мова сучасності. Її здатність адаптуватися до нових технологічних середовищ робить її одним із ключових інструментів формування культурної ідентичності в епоху цифрових комунікацій. Міфологічне мислення знову стає актуальним, оскільки воно дозволяє відновити цілісне бачення світу, втрачене в інформаційну добу фрагментованих образів. Тож, ми можемо стверджувати, що українська міфологія в цифрових медіа постає не просто як тема для естетичного переосмислення, а як форма культурної саморефлексії. У ній сучасна візуальна культура шукає нові способи говорити про автентичність, пам'ять і духовність.

1.2 Візуальна репрезентація та її функції у сучасному медіапросторі

У ХХІ столітті візуальність стала однією з провідних характеристик медіакультури. Ми живемо в епоху, яку Дж. Мітчелл визначає як «pictorial turn» — поворот до зображення, коли візуальні форми комунікації стають домінантними над текстовими [62]. Цей поворот зумовив зростання інтересу не лише до візуальних образів, а й до того, як саме вони репрезентують реальність, цінності, ідентичності та культурні смисли. У сучасному медіапросторі зображення перестало бути лише ілюстрацією — воно стало повноцінним способом мислення, інструментом комунікації та формування культурного досвіду.

Під візуальною репрезентацією прийнято розуміти процес створення, відтворення та трансляції смислів за допомогою візуальних знаків і образів. Стюарт Голл у фундаментальній праці підкреслював, що репрезентація не є пасивним відображенням реальності: вона «конструює значення через мову — зокрема через мову візуальності» [51]. Таким чином, кожне зображення є актом інтерпретації, у якому автор, медіа та глядач спільно створюють сенс.

Лев Манович розглядає сучасну візуальність через призму цифрових технологій, наголошуючи, що «цифрова репрезентація формує новий тип

бачення — алгоритмічне, інтерактивне, нелінійне» [60]. Це означає, що сучасні медіа не просто подають образ, а створюють середовище, де аудиторія може маніпулювати, занурюватися та взаємодіяти з візуальною інформацією.

У такому середовищі традиційні форми репрезентації — картина, фотографія, графіка — переходять у нові: VR-простори, цифрова анімація, нейромережеві зображення, інтерактивні медіаплатформи.

Однією з ключових функцій візуальної репрезентації є комунікативна функція, що забезпечує передачу інформації через образи. М. Маклуен наголошував, що «медіум є повідомленням» [61], підкреслюючи: форма, у якій подається візуальний образ, безпосередньо впливає на його значення. Наприклад, один і той самий символ — Берегиня, Мавка або Лісовик — у традиційній графіці, національному брендингу чи AI-анімації міститиме різні рівні інтерпретації.

Візуальні медіа здатні створювати миттєві, інтуїтивно зрозумілі повідомлення, що робить їх домінуючим способом культурної комунікації.

Друга важлива функція — ідентифікаційна, яка допомагає людині визначати себе через образи. У сучасній культурі візуальна репрезентація сприяє формуванню колективної й національної ідентичності. Українські культурні символи, відтворені в цифрових медіа, — орнаменти, персонажі фольклору, жіночі архетипи — стають маркерами приналежності та культурної пам'яті. Як зазначає Оксана Забужко, культура «виживає лише там, де вона здатна відтворити свої символи в нових історичних умовах» [18]. Сучасна візуальна культура саме й створює такі умови — від TikTok і YouTube до цифрової анімації та AI-графіки.

Наступна функція — семіотична, або символічна. Ролан Барт трактував образ як «двоїсту структуру знака» [43], де первинне значення (зображення об'єкта) перемижується з вторинним (культурна чи ідеологічна інтерпретація). Наприклад, зображення вишиванки — це одночасно предмет гардеробу (денотативний рівень) і маркер національної ідентичності, свободи та спротиву (конотативний рівень).

У цифровому медіапросторі ця семіотична природа зображень лише посилюється — адже символи поширюються миттєво, переходять між платформами, набувають нових контекстів.

Важливою залишається і емоційно-естетична функція, оскільки сучасний медіакористувач значною мірою взаємодіє з візуальним контентом через емоції: симпатію, подив, ностальгію, страх, відчуття прекрасного. Ж. Бодріяр наголошував, що сучасна культура переповнена «симулякрами» — образами, які витісняють реальність і створюють власну естетичну логіку [44]. Для міфологічних образів це означає, що вони можуть набувати «нової реальності» в цифрових версіях, незалежно від їх первинного фольклорного змісту.

Окремо слід виділити соціокультурну функцію, що полягає у формуванні культурних наративів. Візуальні медіа не просто зображають реальність — вони створюють культурні сюжети, які впливають на колективні уявлення. Як підкреслює Генрі Дженкінс, цифрові медіа формують «трансмедійні історії», що здатні поширюватися через різні платформи й формувати нові культурні смисли [52]. У контексті української культури візуальна репрезентація виконує також функцію відновлення культурної пам'яті. Після десятиліть колоніальних практик та інформаційних викривлень цифрова візуальна культура стала простором, де Україна може повертати власні символи, образи та міфологеми. Цифрові художники, аніматори, дизайнерки та медіамитці активно створюють нові інтерпретації традиційних персонажів — Мавки, Перуна, Чугайстра, Берегині, надаючи їм сучасних форм (див. Додаток А, рис. 1.1, 1.2, 1.3, 1.4). Це не лише мистецький жест, а й культурна стратегія.

Отже, візуальна репрезентація у сучасному медіапросторі виконує багатофункціональну роль: вона інформує, інтерпретує, зберігає, транслює та переосмислює культурні смисли. Її здатність поєднувати традиційні архетипи з технологічними інноваціями робить її ключовим інструментом у процесі формування національної ідентичності. У поєднанні з українською міфологією візуальна репрезентація стає не лише естетичним явищем, а й механізмом

культурної сили, що дозволяє відтворювати та переосмислювати національні символи в умовах цифрової доби.

1.3 Трансформація міфологічних архетипів у цифровому медіасередовищі

У сучасній культурі міфологічні архетипи перестали бути виключно елементом традиційної фольклорної спадщини й дедалі частіше стають активними компонентами цифрового медіапростору. Цей процес пов'язаний із загальними трансформаціями культури в умовах розвитку інформаційних технологій, коли культурна пам'ять, образи минулого, національні символи та фольклорні персонажі отримують нові форми візуалізації, циркуляції та інтерпретації. Архетипи, які колись існували переважно в усній традиції чи рукописних текстах, сьогодні поширюються через соціальні мережі, відеоігри, цифрову ілюстрацію, штучний інтелект, VR-середовища та мультимедійні проєкти.

Як зазначав Карл Юнг, архетип — це «структурний елемент колективного несвідомого» [55], що проявляється через повторювані образи, мотиви та сюжети у різних культурах світу. У цифровому середовищі ця структура не зникає, але змінює спосіб свого існування. Архетипи продовжують виконувати свої функції — пояснювати світ, формувати ідентичність, структурувати колективний досвід — проте роблять це в іншій медіаформі.

Цифрове середовище, на відміну від традиційних форм комунікації, дає можливість архетипам не лише відтворюватися, а й мутувати, набувати гібридних рис, поєднувати елементи різних культур та історичних періодів.

Мірча Еліаде розглядав міф як спосіб «повернення до першообразів» [50]. У цифровій культурі це повернення набуває нового виміру: першообрази не стільки відтворюються в первісній формі, скільки переосмислюються відповідно до запитів сучасності. Це добре помітно в популярності фольклорних персонажів у нових медіа — від анімаційних серіалів до рекламних кампаній і AI-генерованих візуальних стилізацій.

Сучасні митці створюють нові «редакції» архетипів — інколи наближені до традиційного вигляду, інколи радикально модернізовані. Наприклад, образ Мавки в сучасній українській попкультурі — це суміш фольклорного уявлення про лісову істоту, романтизованих мотивів літератури XIX ст. та модерних естетик 3D-анімації та digital art.

Така гібридність є характерною ознакою цифрового суспільства, яке працює з культурою не як зі стабільною системою, а як із відкритим простором для нескінченних варіацій.

У контексті цифрових медіа важливо враховувати також роль семіотичної трансформації архетипів. Як зазначав Ролан Барт, сучасні медіа перетворюють міф на «мову другого порядку» [43], у якій образ уже не є просто образом, а стає знаком соціальних або культурних ідей.

У цифровому просторі цей процес пришвидшується: символи й архетипи активно циркулюють у мережевих платформах, де їх можуть переосмислювати тисячі користувачів. Так, архетипи української міфології — Берегиня, Перун, водяники, мавки, русалки, домовики — у TikTok чи Instagram часто набувають естетик, характерних для аніме, фентезі або геймерської культури. Ця візуальна пластичність не означає втрати змісту — радше навпаки, вона забезпечує архетипам виживання у глобальному інформаційному середовищі.

Лев Манович стверджує, що цифрова культура формує «нові режими бачення» [60], і саме вони визначають, яким чином репрезентуються архетипи. Алгоритми соціальних мереж надають перевагу яскравим, стислим, емоційним образам, а тому архетипи адаптуються під ці умови. Вони стають більш динамічними, емоційно насиченими, візуально ефектними.

У цьому сенсі архетип — це не закам'янілий фольклорний символ, а «медіа-об'єкт», здатний існувати в різних семіотичних системах: від традиційних ілюстрацій до AI-візуалізації або VR-інсталяцій.

Важливим аспектом трансформації архетипів є поява цифрової міфотворчості, про яку пише Генрі Дженкінс у контексті феномена трансмедійності. Він зазначає, що сучасні історії «подорожують між

платформами», отримуючи нові рівні значення [52]. Для українських міфів це означає можливість існувати в різних формах: відео, кліпочках, коміксах, мемах, ігрових персонажах, AI-анімаціях.

Ця трансмедійність формує новий тип українського міфу — гнучкого, мобільного, здатного до нескінченних адаптацій.

Окрему роль у трансформації архетипів відіграє штучний інтелект. Нейромережі, зокрема генеративні моделі зображень, відкривають можливість створення нових варіантів знакових образів. Ці варіанти можуть бути як близькими до традиційної естетики, так і радикально новими. ШІ дозволяє поєднувати стилі, естетики та культурні мотиви, створюючи гібридні архетипи, які не існували раніше у фольклорі. Це сприяє культурній еволюції, що відповідає логіці цифрової доби.

Наприклад, образ Перуна в AI-генерованих візуалізаціях може містити елементи слов'янського пантеону, фентезійної епічності й сучасних графічних стилів. Такий образ, хоча й не автентичний у класичному розумінні, здатний залучати широку аудиторію та формувати нові міфологічні уявлення.

Трансформація архетипів у цифровому середовищі має також ідентифікаційну та соціокультурну значущість. У часи інформаційних викликів та гібридних впливів репрезентація національних символів у цифровій формі стає інструментом культурної стійкості. Візуальні образи українських міфологічних персонажів від Берекіні до Чугайстра формують нову систему символів, яка здатна протистояти зовнішнім культурним наративам.

У цьому сенсі цифрова репрезентація не є лише естетичним жестом — вона працює як акт культурного самоствердження.

Отже, трансформація архетипів у сучасному медіапросторі — це складний, багаторівневий процес, у якому взаємодіють традиція, технологія та культурна пам'ять. Архетипи адаптуються до нових форматів комунікації, набувають нових значень, зберігаючи при цьому свою основу — колективні уявлення та символічні структури. Цифрова культура не руйнує архетипи, а відкриває для них нові способи існування. Саме тому аналіз трансформації українських міфологічних

архетипів є важливою складовою дослідження взаємодії між традиційною культурою та цифровими медіа.

1.4 Історія репрезентації українських міфів у медіа

Репрезентація українських міфів у медіа має тривалу та багатовимірну історію, яка розвивалася в межах кількох культурних парадигм — фольклорної, літературної, театральної, кінематографічної та цифрової. У різні періоди української історії міфологічні образи виконували не лише художню, а й важливу ідентифікаційну, сакральну й комунікаційну функцію. Їхня присутність у медіа завжди була пов'язана з потребою суспільства артикулювати власну культурну пам'ять, оновлювати колективні смисли та формувати національну тяглість.

Перші форми медійної репрезентації міфологічних сюжетів пов'язані з усною народною традицією — казками, легендами, замовляннями, піснями та календарно-обрядовими наративами. У цих жанрах були закладені базові архетипи української культури: Берегиня, Мавка, Потерча, Чугайстер, Лісовик, Перун, Домовик. Фольклор був первинним медіумом, що забезпечував передачу міфологічних знань і формував ранні візуальні уявлення про надприродних істот.

У XIX столітті відбувається перехід від усної форми репрезентації до літературної. Українські письменники активно зверталися до міфологічних сюжетів як до джерела національної символіки та інструменту культурного самоствердження. Міфологічні персонажі з'являються у творчості М. Гоголя, М. Коцюбинського, Лесі Українки. Остання у драматичній поемі «Лісова пісня» створила один із найвпізнаваніших міфопоетичних образів — Мавку, яка увійшла до пантеону українських культурних символів і стала основою подальших медіаінтерпретацій.

На початку XX століття українська міфологія переходить у сферу театру та раннього кіно. Український авангард використовував фольклорні мотиви як базу для експериментів у декораціях, костюмах, драматургії. Після Другої світової війни міфологічні образи активно з'являються в анімації та кіно — зокрема в

мультфільмах студії «Київнаукфільм». Такі стрічки як «Як козаки...» Володимира Дахно [78] пропонували народні сюжети у впізнаваній стилізованій формі, створюючи ранній формат візуального міфотворення (див. Додаток А, рис. 1.5).

Наприкінці ХХ — на початку ХХІ століття цифрова культура активізує новий етап репрезентації українських міфів. Символи та архетипи переходять до сфери масової культури, зокрема через книжкову ілюстрацію, музичні кліпи, комп'ютерні ігри, відеоефекти та рекламні кампанії. Візуальна мова міфів стає динамічнішою, синтетичною та багатоплатформною. Сучасна попкультура створює нові інтерпретації традиційних образів від фольклорної естетики до неоміфологічних наративів, інтегрованих у урбаністичні та футуристичні стилі.

У 2010–2020-х роках відбувається різке зростання інтересу до української міфології у цифрових медіа. На цьому етапі з'являються високоякісні мультимедійні продукти, які здійснюють переосмислення міфологічних сюжетів засобами сучасної анімації, 3D-графіки та digital art. Прикладами є анімаційний фільм «Мавка. Лісова пісня» (2023) [71], цифрові ілюстрації українських митців (Alina Akulova, Anna Sarvira, Halyna Ocheretna), арт-проекти на основі штучного інтелекту (зокрема AI-стилізації Мавки, Чугайстра, Перуна на Behance та Pinterest). Українська міфологія активно репрезентується в Instagram і TikTok, що сприяє її популяризації серед молодшої аудиторії.

Особливої ваги набуває репрезентація українських міфів у контексті війни та національного спротиву після 2014 і 2022 років. Міфологічні персонажі стають символами стійкості, боротьби, відродження. Поширеними є цифрові образи Березині як жіночого архетипу-захисниці, образи Козака-характерника як символу сили, а також численні AI-інтерпретації персонажів, у яких поєднано традиційні мотиви та елементи сучасної військової естетики.

Сьогодні медійна репрезентація української міфології є багаторівневою. Вона включає літературу, кіно, телебачення, анімацію, інтернет-платформи, комп'ютерні ігри, VR/AR-середовища та генеративні моделі штучного інтелекту. Українські міфи стають частиною глобальної цифрової культури, де їхні образи

можуть циркулювати у формі коротких відео, анімаційних кліпів, коміксів, 3D-моделей або інсталяцій.

Отже, історія репрезентації українських міфів у медіа демонструє поступовий перехід від усної традиції до мультимедійних форматів та інтерактивних цифрових платформ. Цей процес засвідчує здатність української культури адаптувати свої символи до змінних медійних середовищ і водночас зберігати їхню смислову глибину. У цифрову добу міфологічні образи стають більш доступними, мобільними та візуально привабливими, що створює нові умови для популяризації української культурної спадщини та формування національної ідентичності.

Висновки до розділу 1

У першому розділі були визначені теоретико-методологічні засади дослідження української міфології в сучасному цифровому медіапросторі. Аналіз ключових понять дав змогу розглядати міфологію як складну систему культурних кодів, що функціонує як інструмент колективної пам'яті та соціальної ідентифікації. Підходи К. Юнга, М. Еліаде, К. Леві-Строса, Ю. Лотмана, Р. Барта та інших дослідників продемонстрували, що міф є не архаїчним залишком, а динамічною смисловою матрицею, яка здатна адаптуватися до нових комунікаційних середовищ і зберігати свою культурну значущість.

У межах аналізу візуальної репрезентації з'ясовано, що сучасні медіа не лише відтворюють культурні образи, а й продукують нові способи їхнього існування. Візуальний образ у цифровій культурі виконує інформаційну, символічну, естетичну, емоційну та ідентифікаційну функції, формуючи нові режими сприйняття. Концепції М. Мак-Люена, Л. Мановича, Дж. Мітчелла та У. Еко дозволили визначити, що візуальна репрезентація стає універсальним форматом комунікації та одним із провідних механізмів трансляції культурних смислів.

У дослідженні трансформації міфологічних архетипів у цифровому середовищі встановлено, що архетипи не втрачають своєї ролі, а набувають гібридних, мультиплатформних і динамічних форм. Під впливом алгоритмічної культури, трансмедійності та технологій штучного інтелекту відбувається переосмислення традиційних символів, що стають елементами сучасних наративів та засобами культурної стійкості у глобальному інформаційному просторі.

Окремо було проаналізовано історію репрезентації українських міфів у різних медіа — від фольклорної усної традиції до цифрових платформ. Показано, що впродовж XIX–XXI століть українські міфологічні образи поступово переходили в літературу, театр, анімацію, кінематограф, а сьогодні — у сферу digital art, соціальних мереж, відеоігор і AI-візуалізації. Така історична еволюція засвідчує здатність української культури зберігати безперервність власних символів, водночас адаптуючи їх до естетики й логіки сучасних медіа.

Отже, у першому розділі окреслено теоретичний фундамент дослідження та показав, що українська міфологія у цифрових медіа функціонує як гнучка, відкрита й трансформована система. Цифрові медіа не нівелюють міфологічні структури, а навпаки — створюють умови для їхнього оновлення, переосмислення та популяризації. Це підводить до необхідності подальшого аналізу практик сучасної візуалізації міфів та медіапроектів, що й стане предметом розгляду у другому розділі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МІФОЛОГІЇ

2.1 Українські міфологічні істоти природи як об'єкти візуальної репрезентації

У цьому підрозділі розглянемо специфіку українських міфологічних істот природи як об'єктів візуальної репрезентації та окреслимо причини зростання інтересу до цих персонажів у сучасному медіапросторі. Аналіз спиратиметься на дослідження української демонології, фольклористики та медіакультури, де простежуються уявлення про духів природи, їхні функції у традиційній культурі та їхній потенціал для сучасних художніх інтерпретацій [9; 23; 30]. Українська міфологічна традиція формувалася на основі тісної взаємодії людини з навколишнім середовищем. Ліс, річка, болото, поле чи гори постали у народній уяві не просто як географічний простір, а як середовище, «заселене» численними істотами — мавками, русалками, лісовиками, водянниками, чугайстрами, перелесниками й іншими духами, що втілювали взаємозв'язок людини зі світом природи. Дослідники відзначають, що ці істоти виконували важливі регулятивні функції: вони задавали моральні межі поведінки, попереджали про небезпеки довкілля, слугували носіями колективної пам'яті та народного досвіду.

Одні з найпоширеніших персонажів — лісові істоти. Мавки традиційно постають образами молодих, надзвичайно вродливих дівчат із довгим волоссям, які мешкають у лісах та біля водойм і здатні зачаровувати людину, позбавляти сил або зводити з правильного шляху. Їхня зовнішня привабливість поєднується з прихованою загрозою, що робить образ мавки глибоко амбівалентним. Лісовики, навпаки, мають виразніший охоронний характер: вони стежать за порядком у лісі, можуть допомогти подорожньому, але легко карають за зневагу до природи. Чугайстер у карпатській традиції постає позитивним персонажем, який захищає

людей від лісових небезпек і виступає уособленням ритму природи та її циклічності.

Усі ці персонажі демонструють характерний зв'язок між природним середовищем та людськими уявленнями про межу між відомим і невідомим. Саме тому їхня сучасна візуальна репрезентація часто ґрунтується на підкресленні межовості: художники посилюють контраст між людськими та нелюдськими рисами, акцентують природні елементи (коріння, листя, мох), використовують приглушені, «лісові» палітри або, навпаки, створюють фантастичні стилізації з неоновими чи сюрреалістичними акцентами. Амбівалентність цих образів виявляється надзвичайно продуктивною для анімації, 3D-ілюстрацій та концепт-арту.

Не менш важливою є група водяних істот — русалок, водяників і болотяників. Стихія води у фольклорі асоціюється з переходом, невизначеністю та потенційною небезпекою. Русалки часто постають у вигляді душ молодих дівчат, життя яких було обірвано передчасно, тому вони водночас привабливі та небезпечні, символізуючи незавершеність життєвого циклу. Водяники виконують роль «господарів» річок і ставків, а їхні образи відзначаються поєднанням людських рис із водоростями, риб'ячими елементами чи болотяною фактурою. Болотяники ж нерідко постають як невидимі сили, здатні дезорієнтувати людину або втягнути її в небезпечні простори.

У сучасних візуальних медіа ці персонажі зазвичай зображуються через мотиви туманності, текучості та змінності. Художники активно використовують ефект розмитих контурів, гру світла на поверхні води, взаємодію силуетів з віддзеркаленням, що створює атмосферу тривоги, загадковості або меланхолії. Водяні духи легко інтегруються у візуальну естетику сучасних відеоігор та анімації, де їхній «текучий» характер дозволяє створювати складні візуальні трансформації.

Окрему групу становлять істоти, пов'язані зі стихіями або межовими станами. Перелесник постає як образ, пов'язаний із вогнем, швидкістю та пристрастю: він може з'являтися як вогняний стовп або привабливий юнак, що

прилітає до жінки вночі (див. Додаток А, рис. 2.1). Домовик хоч і пов'язаний із хатньою сферою, але уособлює межу між внутрішнім і зовнішнім світом, контролюючи порядок у домі та виконуючи функції оберіга. Ілюстративний потенціал цих персонажів надзвичайно широкий: перелесників часто зображують через динаміку полум'я, світлові контрасти та рух, тоді як домовики стають героями дитячих книжок, мультфільмів чи коміксів, де їхній вигляд набуває рис доброзичливої казковості.

Підкреслимо, що популярність українських духів природи у сучасній візуальній культурі пояснюється кількома факторами. По-перше, фольклорні описи зазвичай є фрагментарними, що створює широкий простір для художньої інтерпретації. По-друге, поєднання реального природного контексту та фантастичних рис забезпечує легкість сприйняття, дозволяючи глядачеві одночасно впізнавати й переосмислювати міфологічний образ. По-третє, сучасні екологічні й культурні виклики роблять тему взаємин людини й природи особливо актуальною, а духи стихій стають символами екологічної рівноваги, історичної пам'яті та культурної тяглості. Нарешті, універсальність цих персонажів дозволяє інтегрувати їх у різні жанрові й стилістичні моделі: від світлого дитячого фентезі до похмурих темних казок, від архаїчної образності до цифрової сюрреалістики.

Підсумовуючи, українські міфологічні істоти природи становлять один із найбільш продуктивних пластів для сучасної візуальної репрезентації. Їхня символічна глибина, природна прив'язаність і водночас висока пластичність роблять їх ключовими елементами у структурі сучасних цифрових медіапроектів, а також відкривають широкі можливості для нових інтерпретацій у сфері анімації, ілюстрації та цифрового мистецтва.

2.2 Образна система та символіка духів природи в українській культурі

Образи духів природи в українській культурі формують складну багаторівневу символічну систему, у якій переплітаються архаїчні уявлення про світоустрій, давні космогонічні міфи, щоденні практики взаємодії з довкіллям та

емоційно-психологічний досвід спільноти. Ці персонажі не існують у площині суто фантастичного — вони постають як частина ширшого світоглядного коду, у якому природа є одухотвореним середовищем, здатним відповідати людині взаємністю. У традиційному уявленні кожен елемент природи мав свого «господаря» або «охоронця», і взаємодія з ним передбачала повагу, обережність і знання межі. Саме тому духи природи — не другорядні фольклорні персонажі, а важлива частина народної моделі світу, що визначає етику взаємин між людиною та довкіллям.

Центральне місце у цій системі посідає образ мавки — істоти, що втілює поєднання природної краси, внутрішньої свободи та певної небезпеки. Її символіка виходить далеко за межі популяризованих літературою й мистецтвом мотивів лісової дівчини: у традиційних віруваннях мавка уособлює і стихійність природи, і вразливість жіночої долі, і водночас здатність до спротиву. У багатьох регіонах вона постає як душа дівчини, життя якої обірвалося трагічно, а тому її поява у лісі чи біля води є знаком порушеної рівноваги. Її сміх міг означати весняне відродження, але також містити попередження про небезпеку; її танець інтерпретується як акт свободи, проте в фольклорному контексті — ще й як жест межовості, який нагадує про невидиму грань між життям і смертю. Саме багатозначність і внутрішня напруга цього образу роблять мавку одним із найпотужніших архетипів української міфопоетики.

Русалка, у свою чергу, репрезентує символіку водної стихії — глибини, пам'яті, переходу. На відміну від більш романтизованих європейських аналогів, українська русалка тісно пов'язана з поняттям незавершеної життєвої історії. Вона не лише чарівна істота, а й образ жіночого досвіду, який не пройшов усіх етапів традиційного життєвого циклу. Її символіка поєднує водночас сум, жіночу самотність, трагізм особистої долі, але й здатність оберігати природу, дарувати врожай, підтримувати баланс водної стихії. Її образ містить у собі тему повернення до витоків, очищення, проте водночас і загрози — нагадування про межу, що розділяє світ живих і світ духів.

Лісовик, як охоронець та «господар» лісового простору, втілює ідею природного порядку, який існує незалежно від людської логіки й не підкоряється соціальним правилам. За народними віруваннями, він може як допомагати людині, так і карати її за недбалість, неухважність чи неповагу до лісу. Через цей образ українська культура моделює етичні норми поведінки в природному середовищі: ліс — це не ресурс, а жива структура із власною волею та правилами. У сучасних інтерпретаціях лісовик часто постає як мудрий дух-наставник, напівлюдська істота з виразними рисами природної матеріальності — тілом, пронизаним корінням, гілками, фактурою деревини. Це перетворює його на символ екологічної свідомості та відповідальності.

Водяник має іншу символічну природу. Він репрезентує підводний світ як простір невідомого, внутрішньої глибини і прихованих сенсів. У народних оповіданнях він управляє течіями, вирами, погодою, може викликати туман чи затоплення. Водночас у багатьох текстах він постає мудрим хранителем давніх знань, що вміє читати таємні знаки природи. Його подвійність — одночасна небезпечність і необхідність — робить водяника архетипом стихійного розуму, інтуїції та таємниці. У сучасній візуальній культурі цей образ нерідко пов'язують із психоаналітичними мотивами: глибинна вода як символ несвідомого, потаємних переживань і колективної пам'яті.

Образна система духів природи не є статичною: вона змінювалася залежно від регіону, історичного періоду й соціального контексту. Мавки могли бути як світлими, так і небезпечними; русалки — водними, польовими або лісовими; лісовики в Карпатах виглядали інакше, ніж лісовики Поділля. Така варіативність свідчить про гнучкість традиційної культури та здатність адаптувати міфологічні образи до локальних умов і досвідів. Власне ця розмаїтість створює багатий матеріал для сучасної інтерпретації, адже кожен архетип має набір пластичних характеристик, які дозволяють художникам, аніматорам і медіамитцям розвивати різні візуальні стилі й наративні напрями.

Символіка духів природи формується як складна мережа значень. Мавка уособлює стихійну жіночність і свободу, русалка — пам'ять та емоційну глибину,

лісовик — природну мудрість і порядок, водяник — приховані сили стихії. Усі ці архетипи стають частиною ширшого культурного коду, який зберігає здатність до трансформації. Саме тому вони активно переходять у сучасне медіасередовище, де з'являються в анімації, цифровій ілюстрації, концепт-арті, відеоіграх, VR/AR-проектах і штучно-інтелектуальних візуалізаціях. Попри технологічне оновлення форми, внутрішнє семантичне ядро цих образів залишається впізнаваним.

Таким чином, образна система духів природи в українській культурі репрезентує цілісний символічний комплекс, у якому поєднано світоглядні уявлення, емоційні практики та екологічні інтуїції народу. Її багатовимірність забезпечує потужний потенціал для сучасних візуальних репрезентацій, що поєднують архаїчну семантику з новітніми технологічними можливостями.

2.3 Сучасні візуальні стратегії інтерпретації міфологічних образів

Сучасний медіапростір створює умови для глибокої трансформації традиційних міфологічних образів, відкриваючи можливість переносити архаїчні уявлення в нові візуальні форми. Відтак українська міфологія перестає бути винятково матеріалом для етнографічних студій. Вона переходить у сферу цифрової культури, де стає основою для анімаційних фільмів, художніх інтерпретацій, рекламних кампаній, інтерактивних ігор та візуальних проєктів, створених із використанням штучного інтелекту. Міфологічний світ із його багатозначними смислами виявляється особливо придатним для нового типу візуального мислення, у якому природна стихія, людські емоції та фантастичні елементи можуть поєднуватися у гібридні форми, характерні для естетики XXI століття.

Однією з провідних тенденцій є переосмислення міфологічного образу через призму емоційно-образних контрастів. У багатьох сучасних артпроектах і візуальних платформах міфологічні персонажі подаються не як далекі «істоти з минулого», а як суб'єкти, здатні взаємодіяти зі світом на рівні символічних

переживань. В анімації та digital-art митці часто акцентують на внутрішній драматургії персонажа: мавка може постати не лише як лісова дівчина, а як образ внутрішньої свободи чи туги; чугайстер — як уособлення сили та морального вибору; русалка — як фігура переходу, втрати, очищення. Такий підхід наближає міфологічний сюжет до сучасного глядача, пропонуючи не буквальный, а психологічно насичений образ.

Паралельно з цим активно розвивається стратегія стилістичної гібридизації. Візуальні митці поєднують традиційні елементи народної культури — орнаменти, характерні колористичні рішення, етнографічні деталі — із сучасними естетичними кодами, зокрема з індустріальним неоном, 3D-пластикою, сюрреалістичними композиціями та кінематографічною драматургією. У результаті виникають образи, які одночасно зчитуються як глибоко традиційні й радикально сучасні. Наприклад, у цифрових серіях ілюстрацій молодих українських художників (зокрема на платформах Behance, ArtStation та Pinterest) русалки набувають рис персонажів із високобюджетного фентезі, але їхня символіка залишається прив'язаною до української міфопоетики. А лісовики та духи полів постають не лише хранителями природи, а й елементами екологічного дискурсу, що відповідає актуальним темам сталого розвитку та екологічної свідомості.

Значний вплив на сучасні інтерпретації має також розвиток технологій штучного інтелекту. Програми на кшталт Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion та Adobe Firefly дозволили художникам працювати з міфологічними образами у форматі експресивної візуальної експериментальності. Завдяки генеративним моделям формується нова естетика української міфології: вона стає більш динамічною, деталізованою, часом гіперреалістичною, а подекуди — навмисно деформованою задля створення враження сновидного простору. У соціальних мережах можна знайти цілі авторські цикли AI-персонажів, присвячених мавкам, водяникам чи лісовикам, де художники не просто відтворюють міфологічних істот, а створюють альтернативні інтерпретації, вибудовуючи власні мікросвіти. Для

українського культурного простору це важливе явище: воно демонструє, що міфологія стає не лише предметом збереження, а й матеріалом для інновацій.

Помітну роль у формуванні нового візуального мовлення відіграють і медійні проекти, що поєднують популяризацію української міфології з сучасними формами подачі. Серед них слід відзначити мультфільм «Мавка. Лісова пісня», який став одним із найпотужніших прикладів інтерпретації міфологічного матеріалу засобами 3D-анімації. У цьому проекті традиційні фольклорні символи (зокрема образ мавки, лісового духа, уособлення природи) переосмислені через екологічну оптику та сучасну візуальну драматургію, що дозволило створити впізнаваний образ «українського чарівного світу» для міжнародної аудиторії. Іншим важливим прикладом є артпроекти, представлені в межах українських цифрових фестивалів (Ukrainian Biennale of Digital & Media Art, Kyiv Biennial MediaLab), де художники використовують AR/VR-моделювання для переосмислення духів природи як частини інтерактивного досвіду. У VR-інсталяціях лісовики можуть виступати як провідники, а мавки — як персонажі, що реагують на рухи глядача, створюючи ефект особистої зустрічі.

Особливої уваги заслуговує зростання ролі міфологічних образів у рекламних та соціальних комунікаціях. Кампанії українських брендів, зокрема у сфері екопродукції, туризму та культурних ініціатив, активно використовують мотиви духів природи як метафори сталого розвитку, екологічного мислення, єдності з ландшафтом. Такі візуальні рішення створюють не тільки естетичний ефект, але й формують сучасний культурний наратив, де природа постає як суб'єкт взаємодії, а не простий ресурс.

Усі ці тенденції свідчать про те, що сучасні візуальні стратегії інтерпретації українських міфологічних образів ґрунтуються на декількох ключових принципах: глибокій емоційності, смисловій багатовимірності, гібридизації стилів, використанні сучасних технологій і прагненні зробити міфологію частиною актуального культурного діалогу. Міфологічні персонажі стають пластичними, придатними до адаптації й здатними жити у різних форматах — від високохудожніх анімацій до популярних TikTok-відео та AI-серій. Це доводить,

що українська міфологія не лише зберігається, а й активно розвивається в нових візуальних середовищах.

Таким чином, сучасні візуальні стратегії не просто інтерпретують міфологічні образи — вони створюють нові способи взаємодії з ними. Міф повертається у публічний простір у формах, що відповідають естетиці цифрової епохи, але водночас зберігає свою глибинну символічну природу. Саме ця здатність до оновлення робить українську міфологію одним із найперспективніших ресурсів сучасної культури.

2.4 Цифрові мультимедійні проєкти з репрезентації української міфології: аналіз і порівняння

2.4.1 Аналіз проєкту «Чарівний світ» як сучасної цифрової репрезентації української міфології. Проєкт «Чарівний світ» є одним із наймасштабніших і найпослідовніших сучасних медіапроєктів, спрямованих на популяризацію української міфології та фольклору в цифровому середовищі [77]. Ініціатива функціонує з 2020 року і поєднує одразу кілька форматів: цифрову енциклопедію персонажів української міфології, серію науково-популярних відео, мультимедійні ілюстрації, настільну гру, інтерактивні інструменти для самоосвіти та платформу, яка виконує функцію культурної дипломатії. Така багаторівнева структура робить проєкт одним із ключових кейсів сучасної цифрової репрезентації нематеріальної культурної спадщини.

Особливої уваги заслуговує його освітньо-наукова концепція. На відміну від багатьох популярних медіапроєктів, що працюють із міфологією переважно у розважальному форматі, «Чарівний світ» поєднує популярність із науковою достовірністю: до роботи над ним залучено фахівців кафедри фольклористики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Інституту українознавства імені Івана Крип'якевича. Завдяки цьому кожен персонаж, сюжет чи явище має опору на фольклористичні дослідження, регіональні варіанти, історичні джерела та етнографічні напрацювання. Формат подачі при цьому

залишається доступним і сучасним, що дає змогу проєкту охоплювати як широку аудиторію, так і експертні спільноти.

Окремим напрямом діяльності «Чарівного світу» є відеошоу «Чарівний світ української міфології», яке за період 2022–2024 років випустило три повноцінні сезони і стало однією з перших українських відеоенциклопедій міфології (див. Додаток А, рис. 2.2). Шоу працює за принципами едьютейнменту: у кожному випуску подається історія персонажа, особливості походження, регіональні варіанти, аналіз функцій у традиційній культурі, а також добірка достовірних джерел і дослідників, на яких спирається сюжет. Таким чином формується комплексна структура: від базових фактів до ширшого культурного контексту. Важливо й те, що другий і третій сезони дубльовані англійською мовою, що прямо свідчить про націленість проєкту на міжнародну аудиторію та його функціонування як інструменту культурної дипломатії.

У межах візуальної репрезентації проєкт використовує одразу кілька стратегій. Насамперед, це сучасна цифрова ілюстрація з впізнаваним стилем, у якому поєднується етнографічна основа, фентезійна стилістика та сучасна концепт-арт естетика. Образи духів природи — мавок, лісовиків, перелесників, русалок, чортів та ін. — переосмислені таким чином, щоб бути водночас впізнаваними та актуальними для молодшої аудиторії. Важливим елементом є використання штучного інтелекту для створення частини візуальних образів: за допомогою Midjourney у проєкті були розроблені нові інтерпретації міфічних істот. Це не лише демонструє симбіоз традиції та технології, але й створює прецедент «навчання» штучного інтелекту українській міфології як культурному коду. У такий спосіб проєкт одночасно зберігає і трансформує традицію, адаптуючи її до нових візуальних стандартів цифрової культури.

Не менш важливим є ігровий напрям ініціативи — настільна гра «Чарівний світ. Джерело сили» (див. Додаток А, рис. 2.3). Вона поєднує карткову механіку з освітньою функцією, адже кожен персонаж у грі має QR-код, що веде до розширеної інформаційної бази на сайті. Це приклад того, як гейміфікація перетворюється на інструмент культурної популяризації: гра стає не лише

розвагою, але й способом поширення знань про українські міфи. Наявність інтерактивної карти української міфології, створеної у межах проекту, додає нового виміру цифровому сприйняттю традиції — глядач може побачити просторове розташування персонажів, зрозуміти регіональні відмінності та сформувані уявлення про цілісну систему національної міфології.

Слід також відзначити функцію проекту як інструменту культурної дипломатії. «Чарівний світ» позиціонує українську міфологію як цілісну, структуровану та конкурентоспроможну на міжнародному рівні. За підтримки Українського культурного фонду та Міністерства культури Великого Герцогства Люксембург, проект отримав платформу для міжнародного промоції та освітніх програм. Таким чином міфологія стає не лише об'єктом внутрішньої культурної уваги, але й інструментом репрезентації України у глобальному просторі, що є особливо важливим в умовах війни та боротьби за культурну суб'єктність.

Узагальнюючи, варто підкреслити, що «Чарівний світ» є зразком сучасної мультимедійної моделі репрезентації міфологічної спадщини. Він поєднує достовірність і наукову методологію з яскравою цифровою естетикою, інтерактивністю, технологіями штучного інтелекту та ігровими інструментами. Його структурованість, мультимедійність і націленість на широкий доступ роблять цей проект важливим кейсом для аналізу у контексті дослідження сучасних візуальних стратегій репрезентації української міфології.

2.4.2 Аналіз проекту «Хроніки Сили» у контексті трансформації міфологічних образів. Проект «Хроніки Сили» [76] є одним із найпомітніших сучасних прикладів того, як українська міфологія може бути інтегрована в масштабний цифровий фентезі-всесвіт (див. Додаток А, рис. 2.4). Ідея створення нового українського епосу, який поєднує міфологічні архетипи, історичні мотиви та сучасні наративи, належить Ользі Навроцькій та Алану Бадоеву. Обидва автори мають значний досвід у сфері візуального мистецтва — Навроцька працювала художницею по костюмах у проекті «Мавка» і створила сотні образів для музичної індустрії, Бадоев — один із найвідоміших українських кліпмейкерів, режисер та продюсер міжнародних відеопроєктів. Їхній творчий потенціал і розуміння

візуальних культур дозволили сформувати проєкт, який претендує на масштабність і довготривалу культурну присутність.

Концептуально всесвіт «Хронік Сили» вибудовується навколо міфу про Бога Рода, що створює світ, богів і людей, а згодом розділяє свою силу між дванадцятьма обраними, перетворюючи їх на Хранителів Балансу. Така структура має очевидні паралелі зі східноєвропейськими й українськими міфами, але водночас відчутно адаптована під сучасну фентезі-традицію. Відбувається свідомий перехід від класичного етнографічного опису до жанрової героїчної оповіді, де міфологічні фігури отримують розширені біографії, характерні риси та стилізовані візуальні рішення. Це дозволяє проєкту працювати на межі між автентичністю й популярною культурою.

Візуальна стратегія проєкту базується на принципах комерційного фентезі: деталізовані персонажі, розширені концепт-арти, драматична палітра світлотіні та символічні елементи, репрезентовані через костюм, зброю, орнаментику та архітектурні простори. На відміну від освітніх чи енциклопедичних підходів, «Хроніки Сили» орієнтовані на створення емоційно насичених образів, здатних формувати нові культурні асоціації та бути легко впізнаваними у візуальному середовищі. Особливо показовою є концентрація на архетипах сили, захисту, балансу та внутрішнього світла — це формує сучасну героїчну міфологію, що резонує з суспільним запитом воєнного часу.

Важливою рисою проєкту є мультимедійність. Автори відкрито декларують намір реалізувати всесвіт у різних медіа: від художньої книги до коміксів, анімації, повнометражного фільму, серіалу та комп'ютерної рольової гри. Такий підхід дозволяє візуальним стратегіям працювати на рівні трансмедійності, коли кожен формат створює окремий шар сприйняття, але всі разом вибудовують єдину міфологічну платформу. Особливе місце займають сучасні медіавирішення — наприклад, світлові інсталяції та 3D-мапінг під час презентацій на Хортиці, які поєднують природний простір із цифровими ефектами. У такий спосіб міфологія набуває просторової матеріальності й переноситься у фізичне середовище, що значно підсилює глядацьке сприйняття.

Культурний та ідентифікаційний вимір проєкту також є принциповим. «Хроніки Сили» працюють як інструмент культурної дипломатії, спрямований на формування міжнародного образу України як країни з багатою міфологічною спадщиною та оригінальними фольклорними образами. Автори не приховують намірів створити українську відповідь на глобальні фентезі-франшизи. Усі ідейні акценти вибудовані навколо поняття внутрішньої сили, стійкості, боротьби та світлої енергії — це робить проєкт не лише культурним, а й психологічним, символічним та актуальним для періоду національної боротьби й самоусвідомлення.

Попри очевидні сильні сторони, проєкт має і певні ризики. Оскільки значна частина задумів ще перебуває у стадії реалізації, повноцінний аналіз ефективності візуальних стратегій є обмеженим. Також існує небезпека надмірної стилізації міфології задля відповідності жанру фентезі, що може призвести до спрощення етнографічних мотивів. Водночас такі ризики є типовими для будь-якої спроби популяризувати міфологічний матеріал у масовій культурі.

У підсумку «Хроніки Сили» демонструють, як у сучасному цифровому медіапросторі можлива масштабна художня трансформація української міфології. Проєкт створює нову форму візуального наративу, де традиційні архетипи набувають рис сучасних героїв, а візуальні стратегії працюють одночасно на культурну ідентичність, емоційний вплив та медіаінтеграцію. Для твоєї дипломної роботи це цінний кейс, що показує — міфологія може існувати не лише як культурна пам'ять, а як драйвер творчих інновацій і популярної культури.

2.4.3 Порівняльний аналіз двох проєктів: стилістичні підходи, технічні рішення та інтерпретація архетипів. Порівняння проєктів «Чарівний світ» та «Хроніки Сили» дає змогу виявити не лише різні стратегії популяризації української міфологічної спадщини, але й ширші тенденції трансформації міфологічних образів у добу цифрових медіа. Обидві ініціативи виникають у контексті зростаючого суспільного інтересу до національної культури та актуалізації української ідентичності після 2014 та особливо після 2022 року, однак пропонують принципово різні моделі роботи з міфологічним матеріалом.

Передусім суттєво різняться мета кожного проєкту. «Чарівний світ» зосереджений на систематизації знань про міфологічні персонажі, жанри фольклору та їхні історичні витоки. Його основою є достовірність, науковість і акуратне опрацювання академічних джерел. Структура кожного епізоду підпорядкована освітній функції: визначення, етимологія, регіональні модифікації, культурні контексти, згадки у фольклористичних дослідженнях. Це формує архівну, довідкову модель репрезентації, що орієнтована на створення точного й уніфікованого корпусу знань.

«Хроніки Сили», навпаки, продовжують традиції популярної культури, зокрема жанрів фентезі, міфопоетики та візуального сторітелінгу. Їхня мета — художнє переосмислення міфів і формування нового українського епосу, який функціонує за законами сучасної масової культури. Проєкт будує власну космогонію, розробляє сюжетні арки, наділяє персонажів складними рисами та вводить нові міфологічні структури. Такий підхід апелює передусім до емоційного сприйняття, естетичної вражальності та жанрової привабливості для широкої аудиторії.

Важливою відмінністю є також ступінь авторської інтерпретації. «Чарівний світ» зберігає близькість до першоджерел: сюжети, образи та функції персонажів подаються відповідно до фольклористичних описів, а сучасні ілюстрації (частково створені штучним інтелектом Midjourney) виконують допоміжну роль — вони візуалізують, але не переосмислюють. У проєкті домінує прагнення до коректності та відповідності історичним даним.

У «Хроніках Сили» художнє переосмислення є провідним технічним прийомом. Автори вільно модифікують міфологічні першоджерела, будують нову ієрархію божеств, розвивають власну міфологію «Темного» і «Світлого» егрегорів, вводять нові форми магічних систем. У результаті міфологія стає гнучким матеріалом, який дозволяє створювати нові наративні світи. Це наближує проєкт до глобальних фентезійних моделей на кшталт «Witcher Universe» або «The Stormlight Archive», але з виразною українською основою.

Зіставлення дозволяє прослідкувати різні комунікативні стратегії двох ініціатив. «Чарівний світ» орієнтується на освітній потенціал соцмереж і насамперед працює через YouTube, TikTok і Facebook. Кожен епізод виконує роль мінілекції, а соціальні платформи стають середовищем розповсюдження культурної інформації. Проєкт апелює до міжнародної аудиторії, зокрема через англomовну озвучку другого та третього сезонів, і стає інструментом культурної дипломатії.

У «Хроніках Сили» комунікація побудована за принципами трансмедійності. Окрім художнього контенту, проєкт пропонує мережу візуальних матеріалів, персонажних профайлів, концепт-артів, відеотрейлерів і сюжетних нарисів. Така модель формує багатовимірний світ, який можна розширювати у різних напрямках: анімація, серіали, комп'ютерні ігри, інтерактивні виставки. Цей підхід має значний потенціал для формування української медіафраншизи, що може конкурувати на глобальному ринку.

Важливим аспектом є також візуальна стилістика двох проєктів. У «Чарівному світі» вона мінімалістична, функціональна та спрямована на полегшення розуміння матеріалу. Використання штучного інтелекту тут має характер експерименту та не змінює суті образів — AI працює як інструмент реконструкції.

У «Хроніках Сили» зображення виконують іншу функцію — вони створюють емоційний каркас наративу. Візуальний стиль побудований на синтезі кінематографічності, темної фентезійної естетики та модернізованих етнографічних мотивів. Це формує привабливу, динамічну і конкурентну візуальну мову, здатну охопити аудиторію, яка звикла до стандартів високобюджетних художніх проєктів.

Порівняння також демонструє різну роль аудиторії. «Чарівний світ» орієнтований на сімейну, освітню та українознавчу аудиторію — школярів, студентів, учителів, дослідників. «Хроніки Сили» адресовані молоді, фанатам фентезі, косплеєрам, художникам та спільнотам, які формують сучасний

медіаспоживчий потенціал. Така аудиторна полярність робить ці два проекти взаємодоповнювальними: один зберігає, другий — переосмислює й розширює.

Отже, порівняльний аналіз засвідчує, що «Чарівний світ» і «Хроніки Сили» репрезентують два протилежні, але взаємопотрібні напрями розвитку цифрової міфологічної культури. Один забезпечує фундамент знань, другий — естетичну експансію й інтеграцію у глобальний культурний контекст. Разом вони створюють цілісний культурний екосвіт, у якому українська міфологія постає не лише як спадщина, але і як сучасний творчий ресурс, здатний формувати нові культурні сенси.

Таким чином, аналіз мультимедійних проєктів «Чарівний світ» і «Хроніки Сили» показав, що сучасна цифрова репрезентація української міфології розвивається у двох ключових напрямках: освітньо-енциклопедичному та художньо-фентезійному. «Чарівний світ» забезпечує науково достовірну, структуровану й доступну подачу матеріалу, зберігаючи автентичність міфологічних образів і поєднуючи її з сучасними форматами — інтерактивною картою, AI-ілюстраціями та відеоенциклопедією. «Хроніки Сили» натомість демонструють художнє переосмислення міфології, створюючи новий фентезійний всесвіт і пропонуючи трансмедійний підхід, у якому міфологічні архетипи набувають рис сучасних героїчних наративів. Порівняння проєктів підтверджує їхню взаємодоповнювальність: перший зберігає та пояснює, другий — інтерпретує й розширює. Разом вони формують цілісну модель цифрової популяризації української міфології, що поєднує автентичність із сучасними візуальними та технологічними тенденціями.

2.5 Зарубіжні аналоги цифрової репрезентації міфології

Для визначення місця українських цифрових проєктів у глобальному медіасередовищі доцільно проаналізувати досвід зарубіжних мультимедійних ініціатив, спрямованих на репрезентацію міфів та архетипів у сучасному візуальному форматі. Світова практика демонструє, що інтерес до міфології у

цифрових медіа не є локальним явищем: він відображає загальну тенденцію до повернення архетипічних структур у культурній комунікації, про що писали М. Еліаде, Р. Барт та Г. Дженкінс. Таким чином, аналіз зарубіжних аналогів дозволяє визначити ефективні моделі адаптації традиційних культурних сюжетів у цифрову добу та окреслити можливі підходи до розвитку українських проєктів.

Першим напрямом, на який варто звернути увагу, є анімація як один із найбільш популярних форматів переосмислення міфів. Значне місце у цій сфері посідає японська студія Studio Ghibli, чиї фільми («Віднесені привидами» [67], «Принцеса Мононоке» [74]) демонструють поєднання автентичної міфологічної основи з сучасною візуальною мовою (див. Додаток А, рис. 2.5, 2.6). Авторська естетика студії побудована на глибокому опрацюванні фольклорних образів, що дозволяє зберігати ключові культурні коди навіть за умови інтерпретаційної свободи. У таких фільмах міфологічні персонажі не виконують суто декоративної функції, а стають частиною моральної, духовної та емоційної структури наративу. Подібну модель застосовує ірландська студія Cartoon Saloon («Пісня моря» [73], «Вовча варта» [68]), де кельтські міфологеми репрезентовані через стилізацію, натхненну середньовічними рукописами (див. Додаток А, рис. 2.7, 2.8). У цих проєктах збережено локальну образність, а візуальна мова фільмів має символічний характер, що відповідає семіотичному баченню міфу, описаному Р. Бартом. Окремо слід відзначити комерційну модель, представлений студією Disney («Ваяна» [66]), де міфологія адаптується до глобального формату масової анімації (див. Додаток А, рис. 2.9). Хоча художня складність таких проєктів поступається авторським моделям, їхня значущість полягає у створенні універсально впізнаваних образів, що робить міф доступним широким аудиторіям.

Наступний напрям, який ми розглянемо, є цифрові відеоплатформи, у першу чергу YouTube, який сформував новий тип роботи з міфологічним контентом: короткі анімаційні відео, що поєднують академічну інтерпретацію та візуальну динаміку. До найуспішніших прикладів ми можемо віднести:

– Overly Sarcastic Productions [81] — гумористичні анімаційні огляди міфів різних культур;

– Extra Mythology [79] — мультимедійні лекції з акцентом на структурному аналізі;

– Mythology & Fiction Explained [80] — відео з поясненням історичних та культурних контекстів.

Ці проєкти демонструють, що сучасна аудиторія потребує поєднання розважального та пізнавального компонентів. Завдяки серійності, коротким форматам та впізнаваним графічним стилям YouTube став ефективним інструментом популяризації світових міфологій. Такий підхід є релевантним і для українських медіапрактик, зокрема у контексті створення авторського YouTube-проєкту, присвяченого українській міфології.

Важливу роль у сучасній репрезентації міфологічних сюжетів відіграють відеоігри, які створюють новий тип взаємодії з архетипами через інтерактивний досвід. До найзначущих прикладів, на нашу думку, належать:

– God of War (2018–2022), що пропонує переосмислення скандинавської міфології в драматичній, психологічно насиченій формі;

– Okami, де японська міфологія поєднана з традиційною естетикою живопису;

– Hades, який презентує грецьку міфологію у постмодерному та динамічному форматі.

Окрему увагу заслуговує трансмедійний проєкт The Witcher, що поєднує ігрові механіки, літературну основу та елементи слов'янської демонології. Його популярність показує, що локальні міфи можуть бути адаптовані до глобального культурного простору за умови створення переконливої візуальної та драматургічної моделі.

Третій блок зарубіжного досвіду пов'язаний із використанням новітніх технологій, що формують принципово нові способи взаємодії з міфологічними структурами. У цьому сегменті, на нашу думку, варто виділити: VR-інсталяції, створені європейськими музеями для реконструкції античних міфів; AR-проєкти, що «оживляють» міфологічних істот у міському просторі (переважно у Японії); AI-генеративні серії, які демонструють інноваційні підходи до інтерпретації

світової міфології; документальний фотопроєкт The Book of Veles Йонаса Бендіксена [82], що став прикладом використання ШІ у створенні «нових міфів».

Усі ці формати підтверджують тенденцію до появи нової цифрової міфотворчості, де технології не лише репрезентують архетипи, а й створюють нові їхні інтерпретації.

Узагальнюючи наведені приклади, можна виділити ключові характеристики успішних зарубіжних мультимедійних проєктів: поєднання автентичності й адаптації; наявність виразної візуальної стилістики; використання трансмедійного підходу; емоційно орієнтована драматургія; активне застосування технологій (анімація, 3D, VR, AR, AI); серійність та доступність контенту. Отже, зарубіжний досвід демонструє, що міфологія у цифрових медіа може існувати в широкому діапазоні форматів — від класичної анімації до високотехнологічних інсталяцій. Цей аналіз дозволяє визначити релевантні підходи для розвитку українських проєктів, зокрема й авторського анімаційного контенту.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі проаналізовано сучасні стратегії репрезентації української міфології в цифровому медіапросторі, зосереджені передусім на образах духів природи як на одному з найпродуктивніших пластів національної міфопоетики. З'ясовано, що мавки, русалки, лісовики, водяники, перелесники та інші істоти функціонують не лише як фольклорні персонажі, а як маркери взаємодії людини з природним середовищем, носії колективної пам'яті та культурних уявлень про межу між видимим і невидимим. Їхня популярність у сучасних візуальних медіа пояснюється поєднанням символічної глибини, прив'язаності до конкретного ландшафту та високої пластичності образів, що легко адаптуються до різних стилістичних і жанрових форматів.

Нами доведено, що образна система духів природи формує цілісний символічний комплекс української культури. Мавка постає архетипом межовості, жіночої свободи та внутрішньої напруги; русалка втілює пам'ять, воду,

незавершеність життєвого циклу; лісовик репрезентує природний порядок і етику взаємодії з лісом; водяник пов'язаний із глибиною, таємницею й прихованими сенсами. Варіативність цих образів у різних регіонах і традиційних наративах забезпечує багатий потенціал для сучасних інтерпретацій, а їхнє семантичне ядро зберігається впізнаваням навіть за умови стилістичної трансформації в анімації, digital-art, відеоіграх, VR/AR-проєктах та AI-візуалізаціях.

Проаналізовано ключові сучасні візуальні стратегії інтерпретації українських міфологічних образів. Показано, що вони ґрунтуються на кількох провідних принципах: емоційно-психологічному переосмисленні персонажів, гібридизації традиційної народної естетики з цифровими стилями, активному використанні новітніх технологій (3D-анімація, генеративний ШІ, інтерактивні середовища) та інтеграції міфології в актуальні культурні дискурси — насамперед екологічний та ідентифікаційний. Мультфільм «Мавка. Лісова пісня», українські digital- та media-art-фестивалі, а також авторські AI-проєкти засвідчують, що українська міфологія переходить із площини «етнографічної спадщини» у сферу активного культурного виробництва.

Окрему увагу в розділі приділено аналізу двох сучасних українських кейсів — «Чарівного світу» та «Хронік Сили». Встановлено, що «Чарівний світ» реалізує освітньо-популяризаторську модель репрезентації міфології, поєднуючи наукову достовірність, мультимедійність, гейміфікацію та функції культурної дипломатії. «Хроніки Сили», натомість, пропонують фентезійний трансмедійний всесвіт, у якому українські архетипи інтегровані в героїчний наратив, орієнтований на глобальні стандарти візуальної культури. Порівняльний аналіз засвідчив, що ці два проєкти репрезентують взаємодоповнювальні напрями розвитку: один формує структурований корпус знань, інший — створює нові художні моделі й емоційні сценарії осмислення міфології.

Розгляд зарубіжних аналогів цифрової репрезентації міфології (аніматори на кшталт Studio Ghibli та Cartoon Saloon, трансмедійні всесвіти типу «The Witcher», освітні YouTube-канали, VR/AR- та AI-проєкти) дозволив окреслити універсальні параметри успішних мультимедійних ініціатив: виразна візуальна стилістика,

баланс між автентичністю та адаптацією, серійність, інтерактивність і технологічна інноваційність. Це підтверджує, що українська міфологія має значний потенціал для подальшого розвитку в глобальному цифровому середовищі.

Отже, результати другого розділу дають підстави стверджувати, що українські духи природи та пов'язана з ними міфологічна система є не лише об'єктом наукового аналізу, а й ресурсом для створення сучасних мультимедійних проєктів. Виявлені візуальні стратегії, моделі інтерпретації та успішні українські й зарубіжні кейси формують теоретико-методологічне підґрунтя для розробки авторського анімаційного проєкту, який буде представлено у наступному розділі як практичну реалізацію досліджуваних принципів.

РОЗДІЛ 3

АВТОРСЬКИЙ МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ПРОЄКТ З РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МІФОЛОГІЇ

3.1 Концепція YouTube-проєкту як форми популяризації української міфології

У сучасному цифровому середовищі YouTube перетворився на одну з ключових платформ для поширення культурного контенту, формування національних наративів та розвитку альтернативних освітніх форматів. Саме тому створення авторського YouTube-проєкту, присвяченого українській міфології, є органічним продовженням попереднього теоретичного аналізу та логічною практичною частиною дослідження. Такий формат поєднує у собі багаторівневу комунікацію: візуальну, інформаційну, емоційну й культурно-ідентифікаційну, що робить його особливо ефективним для роботи з молодого аудиторією та широким загалом.

Концепція пропонованого YouTube-проєкту ґрунтується на ідеї створення серії короткометражних анімаційних роликів, які розповідають про українських міфологічних персонажів, духів природи та ключові сюжетні мотиви народної демонології (див. Додаток В, рис. 3.1). Кожен випуск подається у форматі мініатюрного мультфільму із закадровою авторською розповіддю, що пояснює походження образу, його символіку й роль у традиційній культурі. Таким чином поєднуються художня репрезентація та науково-популярний виклад, що дозволяє одночасно інформувати, захоплювати й формувати емоційне залучення глядача.

Теоретичною основою цього формату є уявлення про мультимедійну комунікацію як інтегративний інструмент популяризації культурної спадщини. Візуальні медіа здатні не лише передати змістовну інформацію, а й створити нове емоційне переживання, залучити глядача до співпереживання та співтворчості. У випадку української міфології це особливо важливо, адже багато традиційних

образів втрачають зв'язок із молодим поколінням саме через відсутність сучасного, адаптованого та естетично привабливого формату подачі.

Проект вирішує цю проблему, пропонуючи новий спосіб взаємодії з культурною спадщиною — через коротку анімацію, створену за допомогою штучного інтелекту та нейромережових технологій. Використання інструментів AI дозволяє виробляти високоякісний візуальний контент, стилістично цілісний і гнучкий щодо адаптацій. Це відкриває можливості для формування авторського стилю каналу: від вибору колористики до характеру руху персонажів, манери закадрового голосу та інтонаційного оформлення. Такий підхід дає змогу уникнути шаблонного «повторення» традиції й натомість пропонує її сучасне, технологічно-вдосконалене переосмислення.

Концепція каналу передбачає структуру, в якій кожен ролик є завершеною історією, але всі випуски разом утворюють цілісну систему мультимедійної репрезентації української міфології. Кожен епізод присвячений окремому персонажу — наприклад, мавці, водянику, перелеснику, лісовику, русалці, чугайстру або іншим духам природи. Водночас у сценаріях передбачено коротке пояснення культурного контексту: походження образу, варіативність локальних інтерпретацій, архетипні риси та символічні функції. Такий формат дозволяє глядачу отримати комплексне уявлення про героя, не перевантажуючи його складною термінологією чи надмірним обсягом інформації.

Особливу увагу в концепції приділено медіапедагогічному потенціалу YouTube як платформи. Короткі відеоформати (1–3 хвилини), що активно підтримуються алгоритмами, сприяють швидкому поширенню контенту та підвищують ймовірність його вірусності. Це важливо для популяризації української міфології за межами академічної спільноти, а також для виходу на міжнародну аудиторію. Завдяки англomовним субтитрам або окремим англomовним версіям відео проєкт може стати частиною культурної дипломатії, презентуючи українську міфологію світовій спільноті.

Важливою складовою концепції є авторська участь: закадрова озвучка виконує не лише інформативну, а й емоційну функцію. Інтонація, темп мовлення,

емоційний акцент формують атмосферу, у якій глядач відчуває особисту присутність оповідачки. Це підсилює ефект довіри й автентичності, що є ключовими для культурних проєктів. Авторський голос стає частиною бренду каналу, а сама ведуча — медіапосередницею, що перекладає міфологічні наративи мовою сучасності.

Ще одним елементом концепції є використання візуальної естетики, що спирається на результати теоретичного аналізу: образи мають передавати не лише характер персонажа, а й його символічний зміст. Наприклад, мавка може бути зображена через поєднання органічних ліній, прозорих тканин і природної колористики; водяник — через глибинні відтінки синього та зеленого, з елементами водоростей і туману; перелесник — через динамічні спалахи світла й теплі червоно-золоті тони. Такий підхід створює естетичний код каналу, який легко впізнається й формує цілісну мультимедійну мову проєкту.

Концепція також передбачає інтерактивність. Глядачі зможуть пропонувати персонажів для наступних випусків, ставити запитання, брати участь у голосуваннях та обговореннях. Це створює відчуття спільноти навколо проєкту та забезпечує сталість аудиторії. Крім того, інтерактивні формати дозволяють адаптувати контент до очікувань глядачів, що особливо важливо для молодіжної аудиторії, орієнтованої на персоналізовану комунікацію.

Таким чином, запропонований YouTube-проєкт є не просто серією відео про українську міфологію, а комплексною мультимедійною ініціативою, яка поєднує наукову достовірність, візуальну привабливість, емоційну залученість і технологічну інноваційність. Він спрямований на популяризацію української міфологічної спадщини, розвиток цифрової культури, формування національної ідентичності та створення нових форматів взаємодії між традиційним знанням і сучасними медіатехнологіями.

3.2 Створення короткометражного анімаційного фільму на основі українського міфу за допомогою нейромереж

Створення нами короткометражного анімаційного фільму про Повітрулю стало центральним елементом практичної частини проекту, спрямованого на дослідження сучасних підходів до візуалізації української міфології в цифровому медіасередовищі (див. Додаток В, рис. 3.2). Основна мета полягала в тому, щоб інтегрувати традиційний фольклорний наратив із технологічними можливостями штучного інтелекту, продемонструвавши, як сучасні інструменти можуть відновлювати, розширювати та переосмислювати давні міфологічні образи для нового покоління глядачів.

У рамках роботи над фільмом використано комплексний підхід, який передбачав послідовні етапи: формування концепції, розкадровку, побудову візуального стилю, генерацію зображень і руху за допомогою нейромереж, а також подальший монтаж, озвучення та корекцію.

Першим кроком стала розробка концепції фільму, що ґрунтувалася на двох взаємопов'язаних джерелах: етнографічних описах Повітрулі та фольклорній казці «Про крила». Поєднання цих наративів дозволило сформувати драматургічно цілісний сюжет, який не лише передає ключові атрибути образу — крилатість, мінливість вигляду, небезпечну красу, пов'язаність зі стихією вітру, — а й розкриває моральні, психологічні та світоглядні мотиви української міфологічної традиції. Ретельний добір деталей дав змогу уникнути поверхневості, характерної для багатьох сучасних цифрових інтерпретацій міфів, та зберегти автентичність карпатського культурного контексту.

Наступним етапом стала розкадровка. На основі сформованого сценарного плану було створено детальний опис ключових сцен — від появи Повітрулі серед гірських туманів до фінального прощального польоту. Кожна сцена була описана не лише з позиції композиції кадру, а й з урахуванням атмосфери, ритму рухів, кольорової гами й емоційної напруги. Такий підхід дав можливість згодом більш

узгоджено працювати з неймережевими моделями, оскільки вони потребують максимально точних і структурованих текстових інструкцій.

На основі розкадровки було розроблено візуальний стиль фільму, який синтезує елементи карпатського декоративного мистецтва, природної естетики гірського ландшафту та сучасної цифрової графіки. Повітрулю зображено як етеричну істоту з реалістичною живописною пластикою тіла, але водночас із помітною фольклорною стилізацією — квіткові шати, світлі переливи на крилах, рухи, що нагадують легке коливання вітру. Така увага до деталей забезпечила образу не лише емоційну переконливість, а й культурну впізнаваність.

Виробничий процес включав активне використання генеративних неймереж, передусім моделей для відеогенерації (Veo та аналогічних інструментів), текстуризації персонажів, створення композицій та проміжних анімованих фрагментів. Робота з ШІ передбачала не механічну генерацію зображень, а постійний діалог із алгоритмом: уточнення промтів, коригування ракурсів, перевірку відповідності характеру персонажа, зміну настрою сцени або експеримент із варіаціями світла та кольору.

Окремої уваги заслуговує процес інтеграції згенерованих фрагментів у цілісний відеоряд. Після генерації кожного кадру або сцени здійснювалися ручні корекції: виправлення пропорцій, адаптація кольорової палітри, узгодження стилістики між епізодами. Це забезпечило єдність візуального тону, який є ключовим для художнього сприйняття анімації.

Важливою частиною виробництва стала робота з озвученням. Закадровий текст побудовано у стилі оповідної традиції українських казок: розмірений, з легкими інтонаційними підйомами, що нагадують народні приспиви. Завдяки цьому фільм зберіг автентичний характер народного оповідача, а візуальний образ Повітрулі був підсилений голосовою кульмінаційністю. Звуковий дизайн включав атмосферні ефекти: шелест вітру, легке дзеленчання, шум води, що підсилювало емоційну дію окремих моментів, особливо сцен з ангелами та сцен прощання.

Фінальним етапом стали монтаж і кольорокорекція. Вони дозволили надати фільму цілісності, відрегулювати темпоритм, узгодити світлотіньові переходи та

забезпечити плавність зміни настроїв — від таємничості до драматизму і далі до світлого, але болючого фіналу.

Таким чином, створення короткометражного анімаційного фільму про Повітрулю стало не лише творчим експериментом, а й практичним дослідженням того, як сучасні нейромережі можуть працювати з українським міфологічним матеріалом. Результат демонструє, що технології дають змогу не спрощувати фольклор, а навпаки — підсилювати його символічність, робити його доступним для широкої аудиторії та органічно вписувати у глобальний цифровий контекст.

3.3 Візуальні та комунікативні особливості практичної реалізації

Практичною частиною проєкту є створення короткометражного анімаційного фільму про Повітрулю, він вимагає поєднання кількох рівнів мультимедійної комунікації: візуального, наративного, емоційного та культурно-символічного. Цей підрозділ окреслює засади, за якими формувалася візуальна мова фільму, логіка побудови комунікації з глядачем та принципи використання технологій штучного інтелекту в процесі реалізації.

Візуальна концепція фільму побудована на поєднанні природної естетики, міфологічних мотивів і виразної емоційності. Естетика фільму про Повітрулю ґрунтується на поєднанні трьох ключових принципів: природності, міфологічності та емоційної виразності. Візуальний стиль обрано таким чином, щоб одночасно передати красу карпатського ландшафту, ефемерність духу вітру та драматичну глибину сюжету.

Колористика побудована навколо холодних блакитно-смарагдових відтінків, що підкреслюють повітряну стихійність персонажа. Легкі тумани, динамічні хмари й рух повітря в кадрі створюють відчуття порогу між реальним і надприродним світом. Завдяки цьому глядач відчуває, що духи природи існують у власному вимірі, який лише інколи перетинається з людським.

Дизайн персонажів дотримується основ фольклорного опису, проте адаптований до вимог сучасної цифрової естетики. Повітруля постає як витончена

крилата істота, вбрана у квіткові шати, з довгим розпущеним волоссям і легкими, майже невловимими жестами. Її пластика побудована на плавності — вона не ходить, а «пливе» над землею, що підкреслює ефемерність і непідвладність законам фізики. Людські персонажі, навпаки, мають чіткішу, тяжчу пластику: вони пов'язані із землею, реальністю, побутом. Такий контраст візуально відтворює сутнісну різницю між людським і надприродним.

Комунікація з глядачем у фільмі здійснюється через поєднання візуального ряду та закадрової розповіді. Наратив обрано у формі усного оповідання, близької до фольклорної традиції. Така форма створює ефект безпосередності, коли історія ніби переповідається напряду глядачеві — як у давні часи, коли знання передавалися через живе слово.

Закадровий голос виконує дві основні функції. По-перше, інформативну: подає культурний, символічний і контекстуальний зміст, недоступний у суто візуальному форматі. По-друге, емоційну: задає інтонації, які формують атмосферу та керують глибиною переживання глядача. Завдяки цьому історія набуває тонального багатства: від легкої чарівності перших кадрів до драматичної кульмінації та ліричного фіналу.

Особливе значення має баланс між художністю й достовірністю. Оповідачка не просто переповідає сюжет — вона підкреслює те, що важливо для розуміння української міфології як живої системи смислів: амбівалентність духів, їхню незалежність, їхню прив'язаність до стихій та непряме співіснування з людьми.

Використання штучного інтелекту та технологічна реалізація. У межах практичного проєкту штучний інтелект застосовується як інструмент формування стилістично цілісного візуального середовища. Нейромережі дозволяють створювати високодеталізовані сцени, контролювати колористику та повторювані мотиви, забезпечувати стабільний дизайн персонажа у всіх кадрах. Це особливо важливо для міфологічних сюжетів, де зовнішність героя є ключовим маркером його ідентичності.

AI також використовується для генерації проміжних кадрів, стилізації текстур, формування руху повітря та природних ефектів. Таким чином досягається

пластичність візуалу, що була б значно складнішою для реалізації традиційними інструментами у рамках малобюджетного авторського проєкту.

Монтаж і композиційне рішення кожної сцени орієнтовані на поєднання кінематографічності та розповідної виразності. Камера повільно рухається, підкреслюючи простір Карпат: течію річки, зміну світла, рух хмар. Це не лише створює атмосферу, а й візуально закріплює значення природних стихій — центрального мотиву української демонології.

Естетичні рішення у фільмі виконують функцію передання символічного змісту та поглиблення міфологічних образів. Кожне візуальне рішення у фільмі є наслідком аналізу символічних характеристик Повітрулі. Її природа — амбівалентна: вона водночас добра і небезпечна, приваблива і невловима, близька до людей і несумісна з їхнім світом. Відповідно, образ будується на використанні контрастів: світло — тінь, плавність — раптові пориви руху, ніжність — прихована сила.

Крила Повітрулі, як ключовий міфологічний символ, отримують особливий акцент. Вони зображені як джерело її сили, свободи та приреченості на вічний рух. Втрата крил у сюжеті стає візуальною метафорою втрати власної сутності — і ця втрата посилює драматичний ефект усієї історії.

Додатково у фільмі використано мотиви традиційного карпатського орнаменту, природних текстур і квіткових елементів. Вони формують візуальний код, який поєднує міфологічність із культурною впізнаваністю.

Візуальна і комунікативна стратегія фільму спрямована на створення ефекту залучення. Глядач не лише споглядає чужу історію — він входить у простір міфу, у світ, де людина стикається зі стихійною силою, яку не може приручити. Це стає можливим завдяки комбінуванню кінематографічної мови, фольклорної інтонації та емпатійного візуалу.

Формат короткої анімації дозволяє зробити сприйняття інтенсивним: кожний кадр виконує смислову функцію, не розтягує подію, а концентрує увагу на важливому. Сучасний глядач — особливо молодь — реагує саме на такі компактні, але естетично насичені форми.

Крім того, YouTube створює можливість для подальшої комунікації: обговорень у коментарях, запитань до авторки, запитів на наступних персонажів.

Таким чином, У межах практичної реалізації проєкту створено цілісну візуально-комунікативну модель, яка поєднує міфологічний зміст із сучасними технологічними інструментами. Візуальна мова фільму вибудована на синтезі природної естетики Карпат, фольклорної символіки та кінематографічної виразності, що дозволило передати ефемерність і драматичну амбівалентність образу Повітрулі. Комунікативна стратегія, заснована на поєднанні закадрової оповіді та емпатійного візуалу, забезпечує глядачеві ефект занурення й формує емоційний зв'язок із сюжетом. Застосування нейромережових технологій стало ключовим інструментом стилістичної єдності: за їхньою допомогою забезпечено стабільність дизайну персонажів, точність колористики та деталізацію природних ефектів, що значно розширило можливості авторського виробництва при обмежених ресурсах. Естетичні рішення виконують не лише художню, а й символічну функцію — через контрасти, рух, світло та колір фільм підсилює архетипні риси міфологічного образу. У результаті створено короткий мультимедійний формат, здатний ефективно комунікувати міфологічний зміст сучасному глядачеві: динамічний, емоційно насичений і зорієнтований на інтерактивність. Такий підхід підтверджує потенціал цифрових технологій як засобу актуалізації української міфології та її адаптації до нових форм культурної комунікації.

3.4 Перспективи розвитку мультимедійного формату

Розроблений у межах дослідження мультимедійний формат — поєднання короткометражної анімації, наративної подачі міфологічного матеріалу та використання штучного інтелекту — має високий потенціал для дальшої еволюції й масштабування. На відміну від традиційних форм популяризації культурної спадщини (друковані збірники, документальні фільми, науково-популярні передачі), мультимедійний проєкт на основі YouTube дозволяє гнучко

адаптуватися до потреб аудиторії, швидко впроваджувати нові технології та розширювати тематичний спектр.

Подальший розвиток цього формату природно пов'язаний із розширенням серії анімаційних фільмів. На основі вже створеного фільму про Повітрулю можливо сформувавши повноцінний цикл, присвячений українським духам природи, міфологічним істотам та народним повір'ям. Кожен новий випуск може розкривати інший аспект міфологічної традиції: образ русалки, лісовика, перелесника, чугайстра, водяника, польових духів, захисників домашнього простору тощо. Така серія не лише сформує послідовну візуальну бібліотеку української міфології, а й сприятиме відродженню інтересу до локальних версій легенд, регіональних особливостей та забутих фольклорних сюжетів.

Важливо, що кожен новий фільм може варіювати художній стиль — від атмосферної темної естетики до дитячої ілюстративності — не порушуючи загальної концепції каналу, оскільки ключові елементи (наративна подача, структура, музично-звуковий супровід, авторський голос) формують сталий бренд.

Важливою складовою розвитку є інтерактивність, адже саме вона створює довготривалу залученість аудиторії. Подальший розвиток проєкту передбачає інтерактивність як окрему комунікаційну стратегію. Ми плануємо у майбутньому задля поширення залученості аудиторії до проєкту запровадити такі інструменти: опитування щодо наступних персонажів; питання-відповіді в коментарях; інтерактивні вкладення у YouTube Shorts; стріми з розповідями про міфологію; аналітичні відео про символіку, традиції та регіональні легенди.

Усе це підтримує довготривалу залученість і формує спільноту навколо мультимедійного проєкту.

Перспективи мультимедійної експансії виходять за межі відеоформату, трансформуючись у додаткові медійні продукти: подкаст-серію про міфологічних персонажів з розширеними сюжетами та експертними інтерв'ю; Instagram- та TikTok-контент, побудований на коротких фрагментах анімації; VR/AR-формати, де користувач може «зустріти» духів природи у доповненій реальності; освітню онлайн-платформу з інтерактивними картами міфологічного світу, тестами та

тематичними добірками; виставкові або музейні інсталяції, що базуються на анімованих персонажах і цифрових ландшафтах Карпат.

Таким чином, проєкт може перейти від авторського формату до масштабної культурної ініціативи, здатної взаємодіяти з різними соціальними й віковими групами.

Потенціал YouTube дозволяє розширити аудиторію за межі України. Завдяки англійським версіям відео, субтитрам та адаптованим форматам проєкт може стати частиною культурної дипломатії, презентуючи українську міфологію світові. Інтерес до етнічних міфологій стабільно зростає, а українська традиція, значною мірою неінтегрована в глобальний культурний дискурс, має унікальну нішу завдяки оригінальним персонажам і потужному символічному пласту.

У контексті війни та боротьби за збереження культурної ідентичності такий мультимедійний формат стає не лише мистецьким, а й стратегічним ресурсом комунікації.

Стрімкий розвиток нейромережових технологій відкриває нові можливості для покращення візуальної та звукової складової. У майбутньому можна використовувати: генеративну анімацію, здатну створювати складні рухи й текстури; AI-моделі стабільної стилізації, що гарантують однорідність персонажів у багатосценових структурах; автоматизовані системи озвучення, які можуть доповнювати або підсилювати авторський голос; інструменти процедурної генерації середовищ, що дозволяють створювати розширені міфологічні світи.

Усе це дає можливість значно підвищити якість фільмів, не збільшуючи бюджет та час виробництва.

Окремою перспективою є поглиблення наукової складової. Проєкт також має потенціал стати платформою для популяризації наукових досліджень української демонології. Поряд з художніми роликами можна створювати: пояснювальні відео, присвячені фольклористичним джерелам; спецвипуски з експертами; аналітичні огляди міфологічних мотивів; відеоматеріали з історико-культурними коментарями.

Це сформує місток між академічною традицією та цифровою культурою, відкриваючи міфологію для широкої аудиторії та зберігаючи глибинний сенс архаїчних образів.

Таким чином, перспективи розвитку мультимедійного формату свідчать, що проєкт може виходити далеко за межі одиничного анімаційного фільму. Він має потенціал перетворитися на масштабну платформу популяризації української міфології, яка поєднує мистецький, освітній, комунікаційний і культурно-дипломатичний виміри. Завдяки синтезу традиційних наративів і сучасних технологій проєкт здатен сприяти не лише збереженню культурної спадщини, але й її органічному входженню в цифровий простір XXI століття.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було представлено комплексну реалізацію авторського мультимедійного проєкту, спрямованого на популяризацію української міфології в цифровому середовищі. Розроблена концепція YouTube-проєкту засвідчила, що сучасні медіаплатформи створюють потужні можливості для формування нових форматів культурної комунікації, які поєднують художню зображальність, науково-популярний виклад і персоналізоване авторське бачення. YouTube у цьому контексті виступає не просто каналом поширення контенту, а інструментом побудови спільноти, залучення молодшої аудиторії та створення інноваційної моделі взаємодії з культурною спадщиною.

Було докладно описано процес створення короткометражного анімаційного фільму «Повітруля» — першого епізоду майбутньої серії медіапродукції. Розроблена структура, розкадровка та візуальна концепція продемонстрували потенціал штучного інтелекту та нейромережових технологій у творенні оригінальної естетики в межах української міфологічної традиції. Системна робота з образами, сценарними лініями й символікою дала змогу відтворити не тільки сюжет казки, а й глибинну атмосферу карпатського міфологічного простору. У цьому проєкті мультимедійні засоби виконують функцію

реконструкції традиційних уявлень у формі, доступній і зрозумілій молодому глядачу.

Зосереджена увага на візуальних та комунікативних особливостях реалізації медіапродукту. Було визначено, що анімаційний стиль, колористика, ритм монтажу, інтонаційний малюнок закадрового голосу та художня стилізація формують єдиний естетичний код проєкту. Саме така цілісність дозволяє створити впізнаваний візуально-комунікативний бренд, здатний конкурувати в інформаційно насиченому середовищі YouTube. Крім того, наголошено на важливості емоційної складової, яка забезпечує глядацьке співпереживання та підсилює ефективність культурної комунікації.

У підсумковому підрозділі визначено перспективи подальшого розвитку мультимедійного формату. До них належать: розширення серії анімацій, створення інтерактивних та освітніх компонентів, адаптація контенту для соціальних мереж, розробка VR/AR-форматів, посилення міжнародної присутності та залучення академічних ресурсів для поглиблення змісту. Усі ці напрями дозволяють розглядати проєкт не як разову творчу ініціативу, а як довготривалу платформу розвитку цифрової репрезентації української міфології.

Таким чином, присвячений аналіз демонструє, що запропонований YouTube-проєкт є ефективним інструментом актуалізації культурної спадщини в умовах цифрової епохи. Він поєднує технологічні можливості з традиційним міфологічним матеріалом, забезпечує нові способи інтерпретації українських образів і сприяє формуванню сучасних форматів національної самоідентифікації. Авторський підхід, інтеграція анімаційних технологій та стратегічно вибудована комунікація утворюють багатовимірний мультимедійний продукт, що має потенціал для масштабування, популяризації та подальшого дослідження.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що українська міфологія в цифрових медіа постає не лише як об'єкт збереження культурної пам'яті, а як динамічний ресурс для творення нових візуальних наративів. У роботі досягнуто поставленої мети та виконано всі дослідницькі завдання: окреслено теоретико-методологічні підходи до вивчення міфологічних архетипів, проаналізовано сучасні моделі мультимедійної репрезентації українських міфологічних персонажів, розглянуто провідні тенденції інтерпретації фольклорної спадщини у візуальній культурі XXI століття та розроблено авторський мультимедійний проєкт, що демонструє практичні можливості використання цифрових технологій для популяризації української міфології.

Ключові результати дослідження полягають у наступному.

1. Обґрунтовано теоретико-методологічні засади аналізу української міфології у візуальній культурі:

- на основі міждисциплінарного підходу показано, що українські міфологічні образи формують складну систему символів, у якій поєднано архаїчні уявлення про світ, ритуальні практики, локальні вірування та природно-ландшафтні коди;

- доведено, що візуальна репрезентація міфології виступає механізмом збереження культурної пам'яті та засобом відтворення ціннісних моделей взаємодії людини й природи в сучасній культурі;

- уточнено, що цифрові медіа створюють новий рівень існування міфу, де архетипи адаптуються до вимог мережевої комунікації та глобального інформаційного простору.

2. Проаналізовано українські міфологічні істоти природи як об'єкти сучасної візуальної репрезентації:

- визначено архетипні характеристики, символічні функції та морфологічні риси духів природи (мавок, лісовиків, водяників, русалок, перелесників тощо);

- показано, що пластичність цих образів, їхня емоційна насиченість і варіативність локальних інтерпретацій створюють широкий потенціал для цифрової анімації, ілюстрації, концепт-арту та медіапроектів;

- з'ясовано, що саме зв'язок із природними стихіями й межевими станами робить цих персонажів особливо придатними для сучасних візуальних стратегій, орієнтованих на екологічну, ідентифікаційну та емпатійну проблематику.

3. Розкрито особливості символіки духів природи та її роль у формуванні візуального коду сучасних інтерпретацій:

- на основі аналізу образної системи мавок, русалок, лісовиків, водяників, перелесників та інших персонажів показано, що вони виконують функції маркерів емоційних станів, стихійних сил, морально-ціннісних норм і межових досвідів;

- доведено, що багатозначність символіки цих образів (поєднання мотивів свободи й небезпеки, пам'яті й травми, порядку й хаосу) забезпечує їхню впізнаваність і привабливість для сучасних мультимедійних форматів;

- уточнено, що варіативність регіональних версій персонажів розширює можливості їхньої візуальної інтерпретації та сприяє формуванню гнучкого, відкритого міфологічного коду у цифровій культурі.

4. Проаналізовано сучасні мультимедійні стратегії репрезентації міфологічних образів:

- на основі порівняння українських проєктів «Чарівний світ українського фольклору» та «Хроніки Сили» визначено провідні тенденції роботи з міфологічним матеріалом: синтез фольклору з кінематографічною естетикою, використання 3D-графіки та нейромережевої візуалізації, інтерпретація міфів через сучасні наративи та героїчні моделі;

- показано, що ці проєкти пропонують дві взаємодоповнювальні моделі: енциклопедично-освітню (структурування й популяризація знань) та художньо-фентезійну (створення нового українського епосу);

- зіставлення із зарубіжними аналогами цифрової репрезентації міфології (анімація, відеоігри, VR/AR- та AI-проєкти) дало змогу окреслити спільні тренди:

трансмедійність, виразну візуальну стилістику, поєднання автентичності й адаптації, орієнтацію на емоційно насичений візуальний досвід.

5. Розроблено та концептуально обґрунтовано авторський мультимедійний YouTube-проект, спрямований на популяризацію української міфології:

- визначено концепцію каналу, його тематичну структуру, ключові формати (короткометражні анімаційні відео, ролики з наративним поясненням, візуальні добірки образів тощо);

- окреслено візуальні й комунікаційні особливості авторського контенту, зорієнтованого на поєднання доступної подачі, сучасної естетики та опори на науково вивірені джерела;

- показано, що платформа YouTube може ефективно функціонувати як інструмент цифрової освіти та культурної дипломатії, забезпечуючи вихід української міфології на ширшу (зокрема міжнародну) аудиторію.

6. Практично реалізовано короткометражний анімаційний фільм «Повітруля», створений із використанням нейромережових інструментів:

- продемонстровано можливості технологій штучного інтелекту для розробки стилістично цілісного візуального світу, побудованого на основі українського міфологічного образу;

- показано, що генерувальні моделі зображень і відео можуть слугувати не лише технічним засобом прискорення виробництва, а й інструментом художнього пошуку, який дозволяє експериментувати зі стилями, колористикою та композицією;

- доведено, що цифрова анімація, створена за допомогою нейромереж, є перспективною формою репрезентації міфів у сучасних медіа, здатною поєднувати традиційний фольклорний матеріал із новітніми візуальними стандартами.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що українська міфологія володіє значним потенціалом для розвитку мультимедійних форматів, здатних не лише відтворювати традиційні образи, а й пропонувати їхнє нове, технологічно й естетично узгоджене прочитання. Сучасні цифрові медіа стають ефективним

інструментом популяризації культурної спадщини та формування національної ідентичності у глобальному інформаційному просторі. Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим аналізом використання VR/AR-технологій, інтерактивних інтерфейсів, нейромережевої анімації та інших форматів культурної комунікації, які можуть забезпечити подальше розширення присутності української міфології у світовому медіапросторі та сприяти зміцненню української культурної суб'єктності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аніщук А. Матеріали до гуцульської демонології. Записані у Зелениці Надвірнянського повіта, 1907–1908 // Матеріали до української етнології. Львів, 1909. Т. XI. С. 51–60.
2. Бердник Громовиця. Знаки карпатської магії (Таємниця старого мольфара). Київ : Зелений пес, 2006. 368 с.
3. Бондаренко С. Міфодизайн як соціокультурна технологія проєктування сучасних міфів: візуальний аспект // Деміург. 2023. Т. 6, № 1. С. 194–205.
4. Буйських Ю. Колись русалки по землі ходили. Жіночі образи української міфології Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 320 с.
5. Войтович В. Антологія української міфології : у 3 т. Тернопіль : Богдан, 2006.
6. Войтович В. Енциклопедія народних вірувань. Українська міфологія. Київ : ФОП Стебляк, 2014. 688 с.
7. Войтович В. Українська міфологія. Київ : Либідь, 2002. 662 с.
8. Воропай О. Звичаї нашого народу : етногр. нарис : у 2 т. Мюнхен : Укр. вид-во, 1958.
9. Галайчук В. Українська міфологія. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2016. 288 с.
10. Гарасим Я. Національна самобутність естетики українського пісенного фольклору. Львів : НВФ «Українські технології», 2010. 376 с.
11. Гнатюк В. Нарис української міфології. Львів : Інститут народознавства НАН України, 2000. 263 с.
12. Грицай А. Ідентифікація українських міфологічних образів у сучасному графічному дизайні / А. Грицай, О. Мельник // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 року. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2021. С. 34-36.
13. Губко О., Кметь М. Українська народна магія і ваше здоров'я та благополуччя. Нетішин : Надія, 1992. 173 с.

14. Давидюк В. Первісна міфологія українського фольклору : монографія Луцьк : Волинська обласна друкарня, 2005. 309 с.
15. Дмитренко М. Символіка сновидінь. Народний сонник. Київ : Народознавство, 1995. 128 с.
16. Етнографічний збірник / під ред. І. Франка. Львів : Етнографічна комісія НТШ, 1898. 278 с.
17. Завадська В., Музиченко Я., Таланчук О., Шалак О. 100 найвідоміших образів української міфології. Київ : Орфей, 2002. 448 с.
18. Забужко О. Notre Dame d'Ukraine: Українка в конфлікті міфологій. Київ : Факт, 2007. 638 с.
19. Закувала зозуленька. Антологія української народної творчості. Київ : Веселка, 1989. 606 с.
20. Запорожченко В., Іщенко М. Національні міфічні образи і символи в сучасному кіномистецтві // Вісник КНУКіМ. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво, 2024. С. 31–41.
21. З живого джерела / ред. Л. Поповченко, упоряд. Л. Дунаєвська ; худож. О. Міхнушов. Київ: Веселка, 1990. 507 с.
22. Знадоби до галицько-руської демонології / зібрав В. Гнатюк // Етнографічний збірник. Львів: Етнографічна комісія НТШ, 1904. Т. XV. 272 с.
23. Знадоби до української демонології / зібрав В. Гнатюк // Етнографічний збірник. Львів: Етнографічна комісія НТШ, 1912. Т. XXXIII.
24. Ігнатенко І. Етнологія для народу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2016. 319 с.
25. Килимник С. Український рік у народних звичаях в історичному освітленні. Київ : Обереги, 1994.
26. Кісь О. Жінка в традиційній українській культурі (друга половина XIX - початок XX ст.). Львів : Інститут народознавства НАНУ, 2008. 272 с.
27. Климець Ю. Купальська обрядовість на Україні. Київ : Наукова думка, 1990. 143 с.

28. Колядки і Щедрівки / зібрав В. Гнатюк. Львів : Етнографічна комісія НТШ, 1914. Т. XXXVI. 378 с.
29. Кононенко О. Українська міфологія та культурна спадщина. Харків : Фоліо, 2011. 713 с.
30. Козак А. Ю., Слітюк О. О. Анімація як засіб візуалізації та емоційного підсилення віршованого твору. Одеса, 2023. С. 76–78.
31. Лозко Г. Українське народознавство. Тернопіль : Мандрівець, 2011. 512 с.
32. Москаленко М.Н. Українські замовляння. Київ : Дніпро, 1993. 307 с.
33. Мусіхіна Л. Магія українців устами очевидця. Київ : Зелений пес, 2012. 400 с.
34. Плачинда С. П. Словник давньоукраїнської міфології. Київ : Укр. письменник, 1993. 62 с.
35. Плачинда С. Міфи і легенди Давньої України. Київ : ФОП Стебеляк, 2020. 304 с.
36. Січинський В. Чужинці про Україну. Львів: Світ, 1991. 92 с.
37. Українські народні казки : у 40 т. / упоряд. М. Зінчук. Львів: Світ.
38. Українські чари / упоряд. О. М. Таланчук. Київ : Либідь, 1992. 96 с.
39. Хобзей Н. Гуцульська міфологія. Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича НАНУ, 2002. 215 с.
40. Шухевич В. Гуцульщина : у 5 ч. Львів : Загальна друкарня, 1899–1908. 300 с.
41. Artamonov D. S., Medvedeva E. N., Tikhonova S. V., Slivnaia Z. A. Digital Mythology: A New Direction in the Study of Social Myths // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS). PERAET 2021: International Scientific Conference «Perishable and Eternal: Mythologies and Social Technologies of Digital Civilization-2021». 2021.
42. Barry A. Visual Intelligence: Perception, Image, and Manipulation in Visual Communication. Albany : State University of New York Press, 1997. 440 p.
43. Barthes R. Mythologies: The Complete Edition. New York : Hill and Wang, 2013. 288 p.

44. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994. 164 p.
45. Bernet J. W., Ruppert J., Ryan M.-L. *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*. Lincoln : University of Nebraska Press, 2004. 422 p.
46. Campbell J. *The Hero with a Thousand Faces*. Princeton : Princeton University Press, 1968. 403 p.
47. Castells M. *Communication Power*. Oxford : Oxford University Press, 2009. 590 p.
48. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Hoboken : John Wiley & Sons, 2011. 656 p.
49. Eco U. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press, 1976. 354 p.
50. Eliade M. *The Sacred and the Profane*. New York : Harcourt, 1959. 213 p.
51. Hall S. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications, 1997. 400 p.
52. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006. 336 p.
53. Jenkins H. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York : New York University Press, 2006. 286 p.
54. Jenkins H., Ford S., Green J. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York : New York University Press, 2013. 352 p.
55. Jung C. G. *Man and his Symbols*. New York : Doubleday, 1964. 320 p.
56. Lévi-Strauss C. *The Structural Study of Myth // The Journal of American Folklore*. 1955. P. 428–444.
57. Lorenz K. *Ancient Mythological Images and their Interpretation*. Cambridge University Press, 2016. 300 p.
58. Lotman Y. M. *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington : Indiana University Press, 1990. 288 p.
59. Losada J. M. *Myth and the Digital Age // Myth and Audiovisual Creation / eds. J. M. Losada, A. Lipscomb*. Berlin : Logos Verlag, 2019. 225 p.

60. Manovich L. The Language of New Media. MIT Press : Cambridge, Massachusetts / London, England 2001, 354 p.
61. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. London: Routledge, 2001. 392 p.
62. Mitchell W. J. T. Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago : University of Chicago Press, 1986. 236 p.
63. Mitchell W. J. T. Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago: University of Chicago Press, 1994. 462 p.
64. Rakowski R., Kowalikova P., Polak P. Digital Mythologies // Society. 2025. Vol. 62. P. 677–686.
65. Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. London : Sage, 2016. 456 p.

Досліджувані джерела

66. Ваяна / режисери : Джон Маскер, Рон Клементс. 2016
URL : <https://sweet.tv/cartoon/20262-vayana> (дата звернення: 19.11.2025).
67. Віднесені привидами / режисер : Міядзакі Хаяо. 2001
URL : <https://www.netflix.com/title/60023642> (дата звернення: 19.11.2025).
68. Вовча вартя / режисери : Томм Мур, Росс Стюарт. 2020
URL : <https://tv.apple.com/ua/movie/%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D1%87%D0%B0-%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%B3%D0%B0/umc.cmc.amuoq00hqelfi98j0gvg641x?l=uk> (дата звернення: 19.11.2025).
69. Лісова пісня / режисер : Віктор Івченко. 1961
URL : <https://youtu.be/GCQHGu4ktRQ?si=9uOK1tnVPOmVGJMz> (дата звернення: 19.11.2025).
70. Лісова пісня. Мавка / режисер : Юрій Іллєнко. 1981
URL : <https://youtu.be/fyROEtIjblI?si=PIUViVQ2wAwPlef7> (дата звернення: 19.11.2025).

71. Мавка. Лісова пісня / режисери : Олег Маламуж, Александра Рубан. 2023 [повнометражний український анімаційний фільм, що є візуальною адаптацією української міфології для сучасної аудиторії]. URL : <https://sweet.tv/cartoons/25931-mavka-lisova-pisnya> (дата звернення: 19.11.2025).

72. Перелесник / режисерки: Павлова Любов, Олександра Каднікова. 2024 URL : <https://youtu.be/1h61EHUXdPQ?si=mgW8rFe4XoE45IWU> [український короткометражний горор-фентезі фільм] (дата звернення: 19.11.2025).

73. Пісня моря / режисер : Томм Мур. 2014 URL : <https://tv.apple.com/us/movie/song-of-the-sea/umc.cmc.59z8m4ulxhs357e6573fmoх3о> (дата звернення: 19.11.2025).

74. Принцеса Мононоке / режисер : Міядзакі Хаяо. 1997 URL : <https://www.netflix.com/title/28630857> (дата звернення: 19.11.2025).

75. Тіні забутих предків / режисер : Сергій Параджанов. 1965 [екранізація повісті Михайла Коцюбинського з елементами української міфології]. URL : <https://youtu.be/xLSLiKvfrzE?si=GHqWcpVTItZMTd5I> (дата звернення: 19.11.2025).

76. Хроніки Сили / режисер : Алан Бадоев. 2024 [мультимедійний проєкт фентезі-всесвіту про українську силу]. URL : www.youtube.com/@Chronicles_of_power (дата звернення: 19.11.2025).

77. Чарівний світ : проєкт збереження та популяризації української міфології [інтерактивний проєкт з доповненою реальністю, присвячений українській міфології]. URL : <https://magicworld.com.ua/> (дата звернення: 19.11.2025).

78. Як козаки... / режисери : Володимир Дахно, Павленко Тадеуш. 1967-1995 URL : <https://1plus1.video/kak-kozaki> (дата звернення: 19.11.2025).

79. Extra Mythology [YouTube-канал з навчальними відео про різні міфи та їхнє походження по всьому світу.] URL : https://youtube.com/playlist?list=PLhyKYa0YJ_5BPiL5ROX4RUByP5IjuGkr&si=YOL32culvjilYYaZ (дата звернення: 19.11.2025).

80. Mythology & Fiction Explained [YouTube-канал з навчальними відео про міфи та легенди] URL : www.youtube.com/@MythologyFictionExplained (дата звернення: 19.11.2025).

81. Overly Sarcastic Productions [YouTube-канал з навчальними відео про міфологію, літературу та історію] URL : <http://www.youtube.com/@OverlySarcasticProductions> (дата звернення: 19.11.2025).

82. The Book of Veles / author : Jonas Bendiksen. URL : <https://www.magnumphotos.com/arts-culture/society-arts-culture/book-veles-jonas-bendiksen-hoodwinked-photography-industry/> (дата звернення: 19.11.2025).

Авторський мультимедійний проєкт

83. Войтенко М. Стежками українських міфів : авторський мультимедійний проєкт. 2025. URL : https://youtube.com/@ukrainianmyths?si=H_6uitX6qOeB_cpU (дата звернення: 19.11.2025).

ДОДАТОК

Додаток А

Ілюстративні матеріали мультимедійних проєктів із репрезентації міфології

Рис. 1.1 Мавка. Персонаж із мультфільму “Мавка. Лісова пісня” [71]



Рис. 1.2 Перун. Персонаж із проєкту “Чарівний світ” [77]



Рис. 1.3 Чугайстер. Персонаж із проєкту “Чарівний світ” [77]



Рис. 1.4 Марена. Персонаж із проєкту “Хроніки Сили” [76]



Рис. 1.5 Кадр із мультфільму “Як козаки...” [78]



Рис. 2.1 Кадр із короткометражного горор-фентезі фільму “Перелесник” [72]

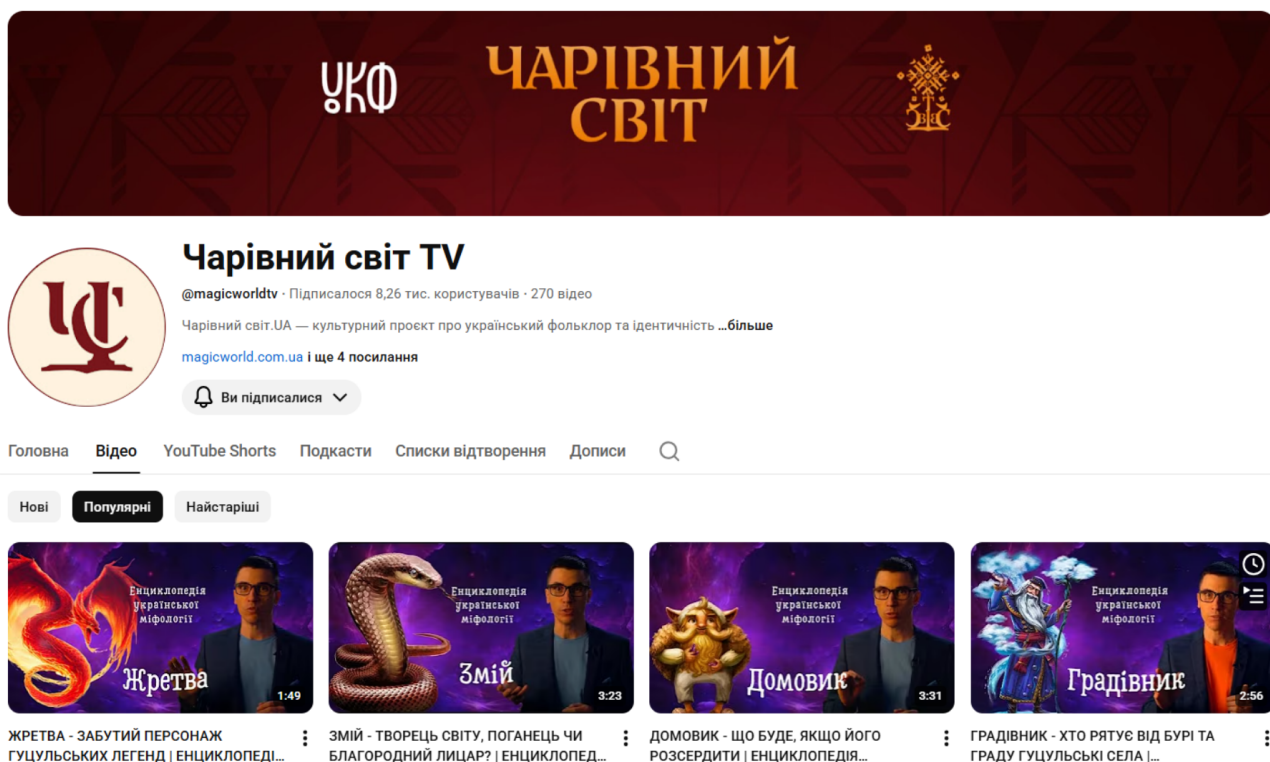


Рис. 2.2 YouTube-канал проєкту “Чарівний світ” [77]



Рис. 2.3 Настільна гра проєкту “Чарівний світ” [77]

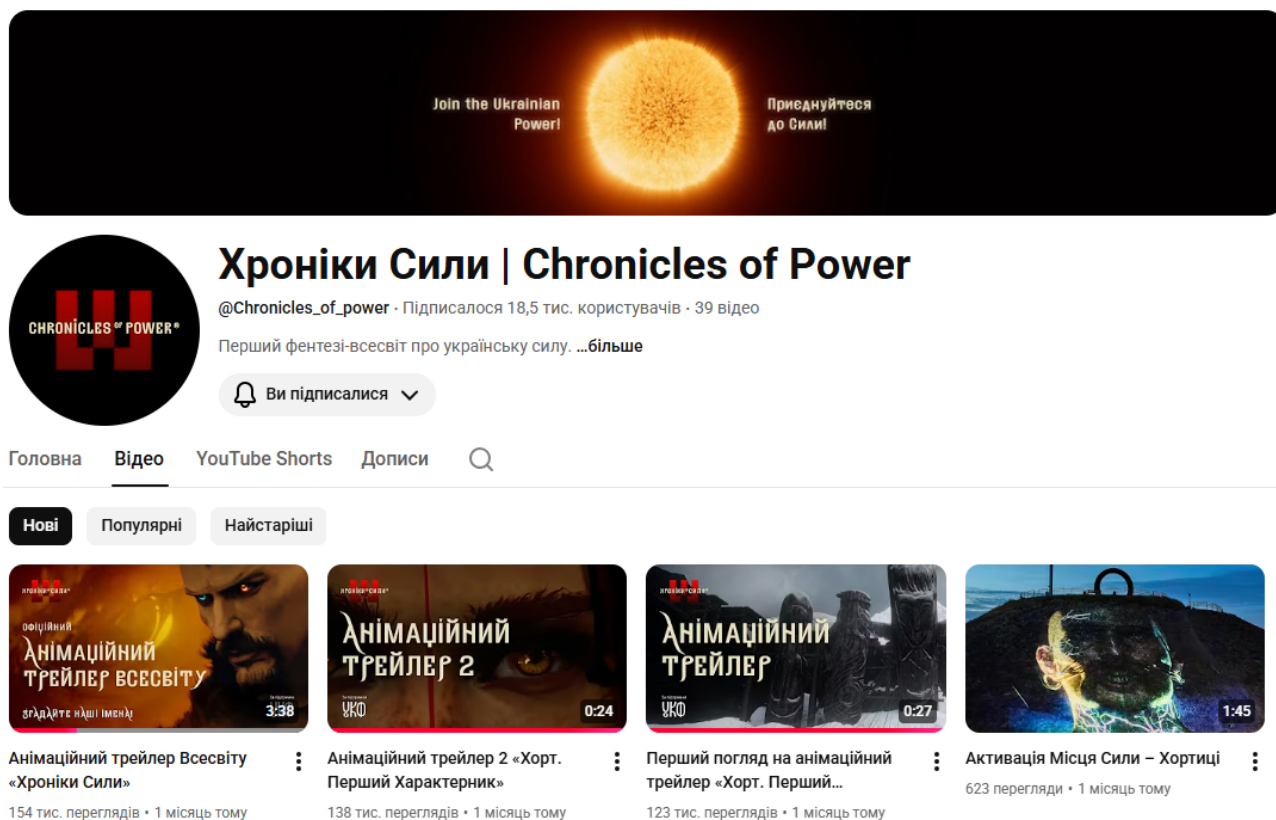


Рис. 2.4 YouTube-канал проекту “Хроніки Сили” [76]



Рис. 2.5 Кадр із мультфільму “Віднесені привидами” [67]



Рис. 2.6 Кадр із мультфільму “Принцеса Мононоке” [74]



Рис. 2.7 Кадр із мультфільму “Пісня моря” [73]



Рис. 2.8 Кадр із мультфільму “Вовча варта” [68]



Рис. 2.9 Кадр із мультфільму “Ваяна” [66]

Ілюстративні матеріали авторського мультимедійного проєкту “Стежками українських міфів”

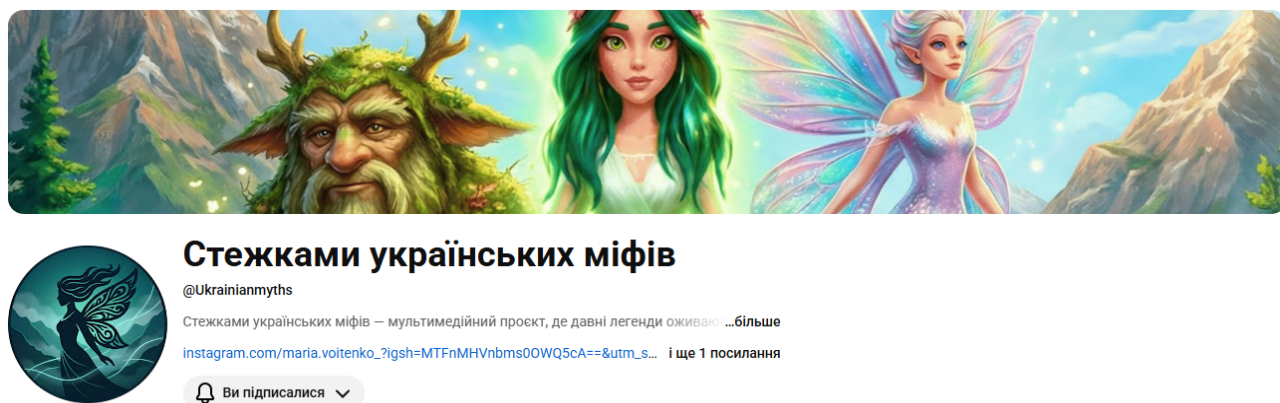


Рис. 3.1 YouTube-канал авторського мультимедійного проєкту “Стежками українських міфів” [83]



Рис. 3.2 Кадр із короткометражного мультфільму “Повітруля” [83]