

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра етики, естетики та культурології

**«ДОЗВІЛЛЄВІ ПРАКТИКИ СУЧАСНОСТІ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ
ВИМІР»**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія
на здобуття освітнього ступеня бакалавра культурології

Студент-виконавець:

Шпирка Софія Олегівна

IV курс

спеціальність 034 «культурологія»

ОПП «Культурологія»

Роботу захищено

з оцінкою _____

Науковий керівник:

Рихліцька Оксана Дмитрівна,

Кандидат філософських наук, доцент
кафедри етики, естетики та культурології

Допущено до захисту:

Зав. кафедри _____

Київ-2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОЗВІЛЛЄВИХ ПРАКТИК	6
1.1 Поняття дозвілля в історико-культурному вимірі	6
1.2 Культура дозвілля в культуротворчих процесах	14
РОЗДІЛ II. ФЕНОМЕН ДОЗВІЛЛЯ У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ	20
2.1. Дозвілля як простір інтеркультурної комунікації	20
2.2. Творчий потенціал дозвілля та ціннісні орієнтації	22
2.3. Модифікації вимірів дозвілльєвої діяльності в контексті розвитку ІТ ...	33
РОЗДІЛ III. КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВІ ПРАКТИКИ СУЧАНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	37
3.1. Феномен масового дозвілля: історія розвитку	37
3.2. Фестивальні рухи (фестивація) як феномен сучасності	48
3.3. Вплив культурних цінностей на дозвілльєві практики	52
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У ХХІ столітті, коли людство зазнає впливу глобалізації, діджиталізації та постійних соціокультурних змін, час для відпочинку набуває нового значення. Він перестає бути часом релаксу, а перетворюється в повноцінний простір для культурної взаємодії, самовираження, формування ідентичності та обміну переконаннями. З огляду на зміни у способах спілкування, бурхливий розвиток масової культури, а також вплив медіа та цифрових платформ, дозвілля відіграє не лише компенсаторну роль, але й ідеологічну, соціалізуючу та культуротворчу. Сфера дозвілля продовжує нові соціальні явища, такі як масштабні фестивалі, творчі проєкти, онлайн-розваги, які кардинально трансформують культурний простір сучасності. Таким чином, дослідження культурних практик у вільний час є надзвичайно важливим для розуміння сучасних процесів творення культури, формування цінностей та ідентичності в умовах гіперреальності, інформаційного перенавантаження та постмодерної фрагментації досвіду.

Ступінь наукової розробки теми. Міждисциплінарний характер поставленої проблеми, зумовлює необхідність аналізу досліджень у різних галузях наукового знання – культурології, соціології, філософії, антропології, психології, медіазнавстві. Найперші спроби наукового осмислення дозвілля як соціального та культурного явища відображено у працях Т. Веблена, який розглядав дозвілля як демонстративне споживання (концепція «класу дозвілля»), та П. Дебре, який осмислював роль вільного часу у формуванні нових цінностей. Значний внесок у теоретичну розробку концепції дозвілля зробили Ж. Дюмазедьє, який увів поняття «цивілізації дозвілля», М. Каплан, Дж. Келлі, К. Лісман, Н. Луман, С. Паркер, Д. Робертс, М. Сміт, Ж. Фішер, Ж. Фурастьє, Ж. Фрідман та інші. У соціологічному аспекті дозвілля досліджувалося як засіб соціалізації, інструмент інтеграції особистості в соціум (Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, Г. Зімел) Культурологічний підхід до аналізу дозвіллевой практики ґрунтується на ідеях символічної взаємодії (Дж. Мід, Г. Блумер) та постструктуралізму (М. Фуко, Ж. Бодрійяр). У контексті постмодерної культури

особливу увагу приділяють дозвіллю, як полю іронічної гри, симуляції та споживання, де відпочинок стає елементом культурної індустрії.

В українському науковому дискурсі проблема культурного дозвілля знайшла відображення у працях Н. Ганущак, В. Клокар, О. Оніщенко, Н. Панькової, Т. Токар, Л. Шевченко, де розглядаються питання організації дозвілля, його культурно-виховний потенціал, трансформація традиційних форм у цифрову добу.

Таким чином, хоча феномен дозвілля має певну наукову розробку, сучасні виклики – цифровізація, гібридні форми комунікації, зміна форматів участі в культурі – актуалізують необхідність подальшого вивчення дозвіллевих практик як ключового елементу формування ідентичності та культурного досвіду в умовах постмодерного суспільства.

Об’єкт дослідження: роль культури дозвілля в культуротворчих процесах історико-культурного поступу цивілізації

Предмет дослідження: дозвіллеві практики як соціокультурний феномен сучасності.

Мета дослідження: полягає в аналізі дозвіллевих практик в історико-культурному вимірі та їх трансформацій в контексті творення ціннісних констант. Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких завдань дослідження:

- визначити теоретико-методологічні виміри дослідження культури дозвілля;
- дослідити практики дозвілля в контексті глобалізаційного розвитку;
- виокремити роль спорту та штучного інтелекту як особливих вимірів дозвіллевої діяльності;
- проаналізувати феномен масового дозвілля та фестивації;
- означити основні механізми трансляції ціннісних констант у просторі дозвіллевих практик сучасності.

Методологія: Теоретична база дослідження включає наукові дослідження та розробки, щодо аспектів культури дозвілля загалом. Методологія дослідження

заснована на загальній теорії наукового пізнання та включає такі загальнонаукові методичні прийоми як аналіз та синтез, методи абстракції, системний аналіз, а також теоретичні та емпіричні методи досліджень.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та переліку використаних джерел.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОЗВІЛЛЄВИХ ПРАКТИК

1.1 Поняття дозвілля в історико-культурному вимірі

Теорія поняття дозвілля на сучасному етапі розвитку характеризується міждисциплінарним характером, спираючись на внесок багатьох наукових дисциплін: соціології, філософії, психології, педагогіки, географії та економіки, проте, окремою та самостійною галуззю знань «дозвілля» остаточно сформувалось в другій половині ХХ століття, і вивчає значення дозвілля в житті людини, його зміст та розвиток.

Термін «дозвілля» був відомий ще з старогрецької мови, звідки він прийшов у вітчизняні і зарубіжні енциклопедії та словники, отримавши значення: «Стан реального буття людини, у якому вона прагне «вийти» за межі своєї біологічної й соціальної детермінованості завдяки вільному визначенню в ціннісних координатах шляхів і засобів реалізації власного екзистенційного проєкту» [3]. Науковці, у свою чергу, вважають, що поняття «дозвілля» має глибоке лінгвокультурне коріння, яке можна знайти в багатьох європейських мовах. Науковий термін походить від латинського слова "licere", що означає "дозволено". У свою чергу, це поняття отримало розвиток в інших європейських мовах: у французькій – "loisir", що перекладається як "вільний час", в англійській – "leisure", що несе у своєму смисловому значенні ідею свободи вибору. У лінгвістично близькій до української мови, польській існує слово «czas wolny», що дослівно перекладається як «вільний час». Аналіз термінології слова «дозвілля» в різних мовах відображає ідею свободи від відповідальності і можливості займатися чимось, що приносить радість або розвиток, а також можливість самостійно визначати, як використовувати вільний час.

Поняття «дозвілля» у своїх працях використовували мислителі різних епох. Зокрема, відомий античний філософ Платон, вважав, що дозвіллям можуть бути філософські бесіди. Схожі думки, щодо даного поняття окреслював філософ і давньогрецький вчений Аристотель, вчений вважав, що «дозвілля» є

не просто вільним часом, а ще й таким, що наповнений різноманітними заняттями, починаючи від філософських роздумів та ігор до вправ і занять, які приносять задоволення.

Попри високий рівень філософського осмислення дозвілля античними мислителями, його практичне втілення в житті давньогрецького суспільства значно відрізнялося від сучасного уявлення про свободу вибору дозвіллевих практик. Соціальні та релігійні зобов'язання значною мірою визначали характер і форму дозвілля. Вільні громадяни активно долучалися до громадських подій, зокрема сакральних фестивалів, які несли в собі важливу культурну та виховну функцію. Окремою формою дозвілля були симпозіуми — застілля з елементами філософської бесіди, музики, поезії. Проте навіть такі заходи часто розглядалися не як акт особистої свободи, а як соціально очікувана поведінка, частина етичного і громадянського обов'язку.

Яскравим прикладом дозвіллевих практик у Давній Греції були ігри, театральні вистави та командні змагання, які мали важливе значення в культурному житті тогочасного суспільства. Зокрема, Олімпійські ігри, що проводились кожні чотири роки в Олімпії на честь Зевса, поєднували в собі атлетичні змагання, релігійні церемонії та демонстрації чесноти, що приносить славу та честь переможцю [6, с.29]. У сфері розваг існували також професійні виконавці — акробати, музиканти, танцюристи — чия діяльність сприяла формуванню специфічних дозвіллевих форм і закріплювала розуміння мистецтва як невід'ємної частини культурного дозвілля.

Театралізовані вистави теж відіграють унікальну роль, поєднуючи мистецтво, суспільне життя та релігійні традиції. Витоки театру пов'язані з культовими ритуалами на честь Діоніса і згодом розвинулися у високохудожній вид мистецтва. Вистави відбувалися в амфітеатрах і залучали всі соціальні класи. Відвідування таких заходів вважалося громадянським обов'язком, тому держава заохочувала та навіть виділяла кошти для бідних, аби ті могли дозволити собі такий відпочинок оскільки, театр був рушієм розвитку культури та сприяв формуванню європейських мистецьких традицій, крім того, сценічні постановки

створили атмосферу, яка справляла сильне враження на глядачів, та створювала потрібний емоційний вплив на аудиторію.

Стародавній Рим продовжував культурні традиції греків, але сформував свій власний погляд на поняття «дозвілля». Зазвичай, воно поділялося на елітарне, інтелектуальне та масове, яке, здебільшого, було орієнтоване на видовища. Кожен із цих аспектів відіграв важливу роль у римському суспільстві, формуючи культурні, політичні та соціальні пріоритети.

У римській культурі дозвілля набуло особливого значення, передусім серед освічених представників вищих верств суспільства, для яких воно асоціювалося з можливістю інтелектуального та духовного самовдосконалення. Видатні мислителі того часу — Цицерон, Сенека, Вергілій — наслідуючи філософську традицію античної Греції, розглядали дозвілля як оптимальний стан людського існування, що передбачає занурення в наукові пошуки, літературну діяльність та філософське осмислення буття. Тому, римські інтелектуали використовували дозвілля як простір для рефлексії над етичними та соціальними проблемами, створюючи тим самим основу для подальшого розвитку науки та культури. У той же час населення, що не мало привілейованого стану влаштовувало своє дозвілля іншим чином. Так, саме видовища стали невід'ємною частиною життя простого люду і головним джерелом радості для бідноти. Масові заходи виконували кілька функцій, з одного боку, створення таких подій забезпечувало своїм підданам проведення вільного часу за розвагами, які були фінансово доступними для бідного прошарку населення, з іншого боку, масові заходи були чудовим інструментом для політичного впливу, мобілізації, а також лояльності громадян.

Цю тенденцію можна побачити і сьогодні, а відоме гасло «хліба і видовищ» підкреслювало роль розваг як засобу контролю над масами. Доступність дозвілля знижує соціальну напругу, але водночас обмежує сприйняття розваг як засобу культурного чи інтелектуального розвитку [13, с.23].

Розрив між інтелектуальними та видовищними, елітарними та масовими розвагами сприяв подвійному розумінню дозвілля в Давньому Римі. Для одних

дозвілля слугувало простором для розвитку та продукування, для інших – можливістю короткочасної і емоційної розваги. Поступове звуження уявлень про дозвілля, яке почало задовольняти елементарні потреби призвело до втрати ним культурної функції, де воно ставало або шляхом до інтелектуального збагачення, або засобом маніпулювання масами через видовища та задоволення. Так, яскравим прикладом інструменталізації дозвілля стали гладіаторські бої та циркові вистави в Колізеї, що виконували не лише розважальну, а й ідеологічну функцію — відволікали населення від політичних проблем, зміцнювали образ імператора як благодійника та підтримували порядок через масову емоційну розрядку.

Дозвілля у середні віки було не менш важливою частиною європейського життя, ніж у попередні. Незважаючи на труднощі, спричинені війнами, хворобами та важкими умовами життя, дозвілля продовжувало своє формування та розвивалося у нових формах. У цей час дозвіллева культура формувалася на перетині релігійних і народних традицій, що зумовило її синкретичний характер. Масові розваги — ярмарки, релігійні свята, народні гуляння — не лише забезпечували тимчасову емоційну розрядку, а й створювали простір символічної соціальної рівності, в межах якого тимчасово нівелювалися жорсткі ієрархічні межі, притаманні феодальному суспільству. Популярним методом дозвілля в Середньовіччі були релігійні розваги, які відображали духовні цінності тогочасного суспільства. Статус аристократії, у свою чергу, відображався помпезністю під час проведення придворних свят, турнірів та змагань. Загалом, середньовічна культура дозвілля створила умови для розвитку культури в широкому її прояві [43, с.294].

Епоха Просвітництва ознаменувалася великими змінами в організації дозвілля, що відображало соціальну диференціацію та раціоналізм. У цей період почали масово виникати приватні заклади дозвілля — салони, які організовувались, здебільшого, жінками-аристократками, задля інтелектуальних дискусій та загального культурного розвитку. Не менш популярними дозвіллевими закладами були клуби, у яких філософи та митці обговорювали

інтелектуальні теми, такі об'єднання були переважно чоловічими і зосереджувались на політичних та економічних питаннях. На противагу салонам та клубам, які були орієнтовані переважно на заможних і впливових людей, виникають кафе та інші розважальні заклади. Кафе мало за мету об'єднати людей різного соціального статусу, створивши демократичне дозвілля, де зароджувалися ідеї, що впливали на суспільні рухи. Театри, ринки та концертні зали були відкриті для широкого загалу, сприяючи поширенню мистецтва та впливаючи на громаду.

Раціоналістичні тенденції цієї епохи наголошували на перевагах дозвілля. Свої думки щодо розваг висловлювали такі мислителі, як Дж. Локк і Ж.-Ж. Руссо, які вважали, що дозвілля має сприяти моральному, розумовому та фізичному розвитку: «[відвідування розваг] позбавляє суспільство від однієї дванадцятої частини злочинів, які було б здійснено. Окрім того, бесіди – у кав'ярнях та інших кублах розпусти для місцевих ледарів та пройдисвітів – пробачені або очікувані театральні видовища також обертаються на користь батьків сімейств, які оберігають гідність своїх дружин і дочок та їхніх гаманців...» [15]. Так у період XVII-XIX століття дозвілля поєднувало у собі розваги з виховними, а також громадськими цілями, що було фактором культурного та морального прогресу.

XIX століття стало переломним етапом у розвитку дозвілля, на що впливали серйозні соціально-економічні зміни. Індустріалізація, масове виробництво, а також правове регулювання робочого часу призвели до збільшення вільного часу, що стало передумовою для створення та розвитку нових форм дозвілля, адаптованих до потреб міського населення.

Одним із ключових факторів створення нових форм дозвілля стала промислова революція, яка характеризується міграцією сільського населення у великі міста, стимулюючи урбанізацію та створення нових закладів розваг. У цей період в міському середовищі масово з'являються театри, концертні зали, циркові арени, стадіони, парки, де розважався та відновлювався робітничий клас

після робочого дня. У цьому контексті парки стали доступними розважальними місцями для прогулянок, спілкування, художньої самодіяльності та фестивалів.

Тим не менше, швидкий розвиток індустрії дозвілля сприяв її економічній зацікавленості та комерціалізації. Розважальна індустрія почала працювати за ринковими принципами та орієнтувалась на фінансовий дохід. Це сприяло конфлікту розуміння дозвілля як духовної практики, націленої на розвиток особистості, і дозвілля як прибуткової діяльності. Поділ на класи також відіграв важливу роль: еліта розважалася в театрах, опері, літературних салонах, тоді як робітничий клас надавав перевагу ярмаркам і паркам [43, с.294].

Загалом, ХІХ століття визначилось значним соціальним впливом на розвиток індустрії дозвілля, що сприяло підвищенню культурного рівня робітничого класу та соціалізації міського населення. Крім того, дозвілля починають розглядати як на спосіб терапії, що спрямований на зменшення соціальної напруги, пов'язаної з напруженою роботою.

Початок ХХ століття приніс значні зміни у сприйнятті сфери дозвілля, такий розвиток був спричинений стрімкою популярністю масової культури, ерою нових технологій, а також трансформацією у сфері соціально-політичного життя. Чітке формування феномену масового дозвілля та збільшення форм вираження, були відповіддю на виклики обумовлені глобалізацією.

Тим не менш, друга половина ХХ століття була багатою на різні наукові підходи до дослідження сфери дозвілля, які розглядають сферу розваг за наступними критеріями: специфічна діяльність, психологічний стан, складову стилю життя та просторово-часовий ресурс, що ідентифікується вільним часом, який не зайнятий професійною діяльністю, сімейними та побутовими обов'язками, дана класифікація орієнтована на відпочинок та зміцнення здоров'я, за іншою теорією на задоволення особистісних потреб. психологічний стан, специфічна діяльність та складова стилю життя.

Серед характерних рис феномену дозвілля виділяють свободу вибору, добровільність та зосередженість на задоволенні, а також компенсаторному

характері дозвілля, який спрямований на зняття стресу та втоми, що викликана професійною діяльністю та побутовими справами.

Завдячуючи промисловій революції, що потягнуло за собою технічний прогрес у галузі масових комунікацій, а пізніше виникнення Інтернету, зумовило поширення дозвілля на різні прошарки суспільства. Високе мистецтво адаптувалося до нових умов масового сприйняття, сприяючи виникнення нових жанрів у культурі. Універсальність таких розваг полягала в можливості його спільного переживання, незалежно від географічного розташування і статусу споживача [21, с.20].

У ХХ столітті дозвілля виконувало ідеологічну функцію, особливо у державах з тоталітарною формою правління. Зокрема, в Радянському Союзі, нацистській Німеччині та фашистській Італії воно виконувало пропагандистську функцію, сприяючи поширенню державних ідеологій через масові заходи, спортивні події та кінематограф. Проте ідеологічний вплив на дозвілля існує і в демократичних державах, та через рекламні кампанії, цифрові медіа та масову культуру впливає на формування смаків споживача та його поведінку. Наприклад, алгоритми TikTok, YouTube чи Instagram підлаштовують контент під індивідуальні вподобання користувача, та активно просувають певні теми – моду на продуктивність, тілесність, підприємництво, чи політичну активність, що формує ціннісні орієнтації аудиторії. Блогери і інфлюенсери, які стають лідерами думок, часто транслюють або ж підсилюють домінантні ідеології, навіть якщо це не є їхньою прямою метою.

Сучасні масові події, такі як музичні фестивалі, також можуть мати ідеологічне забарвлення. Окрім розважального характеру, вони нерідко просувають ідеї сталого розвитку, гендерної рівності, прав людини або політичної активності. Така комерціалізація цінностей, у свою чергу, є проявом впливу не лише культури, але й ринку на дозвілля, що стає інструментом соціального контролю в умовах ліберальної демократії.

Зі зміною політичних режимів і розвитком технологій наприкінці ХХ століття форми й засоби організації дозвілля почали поступово

трансформуватися. Ідеологічний вплив зберігався, однак ставав дедалі витонченішим, адаптуючись до нових економічних і культурних реалій. Ці зрушення заклали підґрунтя для подальших змін, що окреслилися вже у XXI столітті.

XXI століття – епоха віртуальних розваг, що було пов'язано з стрімким розвитком цифрових технологій і глобалізацією інформаційного простору. Це змінило уявлення людей про можливі методи проведення дозвілля, надаючи можливості для соціальної взаємодії у цифровому форматі. Ключовими характеристиками дозвілля ери цифровізації є мережевий індивідуалізм, розпізнавання особистості, активне спілкування та задоволення потреб за допомогою розваг. Цифрове середовище полегшує персоналізацію дозвілля, дозволяючи людям вибирати форми розваг, які відповідають їхнім інтересам і стилю життя, від участі в онлайн-спільнотах і соціальних платформах до спеціалізованих цифрових проєктів.

Цифрові продукти стали ідеальним методом для задоволення компенсаторних потреб. Ігри, інтерактивні платформи та віртуальні тури створюють можливість споживати розваги незалежно від соціального чи економічного статусу користувача, створюючи тим самим нові підходи у сфері розваг та стають важливою частиною повсякденного життя людини.

Не менш важливо окреслити і негативний бік таких розваг. Ера новітніх технологій створила виклики для форм проведення дозвілля. Люди все частіше надають перевагу провести час в соціальних мережах, а лайки, коментарі та перегляди постів стимулюють вироблення дофаміну. Це створює ілюзію соціальної активності, але часто підмінюється реальним спілкуванням і особистісним зростанням. Іншим прикладом слід вважати онлайн-ігри, які приносять миттєве задоволення без, будь яких, фізичних зусиль, тому люди все частіше обирають зануритись в ігрове середовище, яке викликає звикання, аніж провести час за фізичною активністю. Стримінгові платформи також є джерелами «дешевих» розваг: люди все частіше обирають Instagram Reels або TikTok як альтернативу фільмам. Результатом такого рішення стане емоційна

нестабільність, погана концентрація та брак часу на справді розслаблюючі та корисні заняття [10].

Таким чином, дозвілля слід вважати складним соціокультурним явищем, що еволюціонує під впливом історичних, економічних та ідеологічних змін. Зміст та форми дозвілля в різні епохи відображають домінантні цінності суспільства, рівень цивілізаційного розвитку та специфіку культурної парадигми.

1.2 Культура дозвілля в культуротворчих процесах

Дозвілля це особливий феномен людського існування, який залежить від історико-культурних факторів, економічного стану, особистої мотивації та доступності необхідних ресурсів. Індустрія розваг виконує певні функції, які є важливими в культуротворчих процесах. Серед таких функцій виділяють: комунікаційну та соціальну, оскільки розваги надають можливість для діалогу та встановлення соціальних зв'язків, що сприяє залученості людей у суспільство. Розважальну, творчу та когнітивну, яка спрямована на розвиток здібностей, набуття знань, а також сприяє регенерації фізичного та психологічного станів. Крім того, дозвілля формує механізм цінностей, ідеалів і допомагає гармонійному розвитку людини.

Дозвіллева діяльність має багато форм вираження, що включає пасивні розваги, які характеризуються низькою продуктивністю, рекреаційне дозвілля, що ставить за мету активні види діяльності та пізнавальний вид розваги, що спрямовані на інтелектуальний розвиток та відпочинок [3].

Завдяки цій різноманітності розважальна індустрія відіграє важливу роль у культурному розвитку, створюючи простір для експериментів, сприяє збереженню традицій, а також створює нові форми у мистецтві, відповідаючи на виклики та запити сучасності. Важливим моментом у формуванні нових культурних моделей, є особисте самовираження, що продукується під час вільного часу і призводить до виникнення нових тенденцій та субкультур, які

стають частиною культурної спадщини. Однією з форм вираження таких процесів є фестивалі та ритуали, що адаптувались до нових умов за допомогою діджиталізації, а народні фестивалі, ремесла та мистецтво стимулюють передачу цінностей конкретного етносу, а також є джерелом економічного та культурного збагачення через сферу туризму. Крім того, дозвілля сприяє трансформації вже існуючих культурних форм через включення елементів з інших традицій, створюючи таким чином феномен гібридної культури.

Прикладом даного феномену дозвіллевої діяльності можуть бути косплей-фестивалі, ярмарки, акції вуличного мистецтва, музичні сейшени та тематичні перформанси, що мали на меті не лише відображати культурній настрій суспільства, а й генерувати нові культурні смисли та практики. Сучасні технології, зокрема соціальні мережі, суттєво прискорили процес розповсюдження таких культурних практик, що дає змогу локальним ініціативам перетворюватися в глобальні явища. Приміром, українські етнофестивалі, що популяризують традиційне мистецтво та музику, активно транслюються онлайн, залучаючи діаспору та міжнародну аудиторію. Також і сучасні субкультури, що виникають на перетині геймерської чи музичної спільноти, набувають глобального характеру, впливаючи на формування нових культурних парадигм.

На форми проведення дозвілля великий вплив робить масова культура, адаптуючи класичні практики до актуальних умов та популяризуючи нові види дозвілля через музичні заходи, кіно чи спортивні події. Культура мас може призвести до зростання монетизації дозвілля, що може загрожувати зниженням культурної цінності та втратою автентичності. Занепад культурного контенту в обставинах масової культури є проблемою для нинішнього суспільства. Popular culture спрямована на комерційний успіх і масового споживача, тим самим, полегшує культурні процеси, спрощуючи значення культурного контексту. Бажання швидкого задоволення від споживання культурного продукту, знижує роль критичного мислення та культурної освіченості, що може загрожувати занепадом мистецької чи соціальної цінності [37, с.6].

Глобалізація, у свою чергу, сприяє домінуванню популярних продуктів, над місцевими традиціями, зменшуючи культурну варіативність. Уніфіковані форми усувають автентичність, замінюючи її примітивним споживанням.

Сучасний світ диктує свої нововведення у вигляді цифрових технологій, що докорінно трансформують уявлення про дозвілля, роблячи його персоналізованим та інтерактивним. Діджиталізація створює можливість необмеженого доступу до культурного продукту та змінює спосіб його споживання. Передова екосистема дозвілля містить в собі усталені та прогресивні елементи, зокрема медіаплатформи, інтерактивні ігри, вітуальні виставки та стримингові сервіси, які активно поширюють популярну культуру та нові форми розважальної діяльності

Теоретичні підходи до розуміння терміну дозвілля, у свій час, висували багато науковців. Зокрема, Йоган Гейзинга та Макс Вебер хоч і творили у різному часовому проміжку, залишили вагому спадщину, яка конструє наше розуміння суспільства та культури. Подібний аналіз був направлений на різні прояви людського життя, наприклад, роботу, соціальну структуру, релігію, гру та ін. У цьому контексті, слід розглянути ідеї науковців щодо розуміння феномену дозвілля як важливого елементу культурного життя.

Макс Вебер, як один із засновників сучасної соціології висуває думку щодо взаємозв'язку між культурними, соціальними та економічними процесами, що впливають на поведінку осіб, включно з дозвіллям. Вчений зосереджує свою увагу на раціональному підході до праці, що у свою чергу вплинуло на поняття вільного часу-дозвілля, що в концепції Вебера сприймається як вторинна, часто підпорядкована діяльність, що сприяє відновленню і перепочинку, задля подальшої продуктивності. В умовах капіталізму, дозвілля піддається раціоналізації, відходячи від спонтанності до більш структурованих видів, переходячи від пасивних видів дозвілля до активних чи освітніх. Крім того, Вебер аналізує дозвілля виступає інструментом соціального розподілу, що вказує на статусну ієрархію, через вибір форм відпочинку [4, с.216].

Нідерландський історик Йоган Гейзинга висуває інший підхід розуміння дозвілля, розглядаючи його через призму гри, як базового елементу культури. Гра у концепції вченого виступає як символічний акт, який існує в певному «ігровому світі» і виконує функції об'єднання спільнот, створення символічних систем і заохочення творчості [5, с.57]. У сучасному світі поняття «гри» Й. Гейзинги простежуються в спортивних змаганнях, ритуалах, мистецьких подіях, виступаючи як «священна» форма взаємодії, включаючи особисте у культурний контекст.

Зароджуючись у праісторії як засіб пристосування до суворих умов, гра й досі виявляє неабияку культуротворчу та пізнавальну функцію: через ігри формуються ціннісні орієнтири, творчий потенціал і художньо-естетичні смаки індивіда, хоч статус гри й змінився в масовій культурі, «ігрова культура не втратила своєї культуротворчої ролі, моральних і ціннісних імперативів, функцій дозвіллевої діяльності – відновлення сил, розвитку здібностей, спілкування».

Підхід обох науковців до дослідження дозвілля формує концепцію його як явища, що активно вводить і сприяє культурним, а також соціальним змінам.

Г.В. Гегель, А. Н. Вайтгед та Ф. Шеллінг досліджували культурно-дозвіллеві прояви як невід'ємну частину єдиного просторово-часового утворення, яке працює як самостійна та цілісна структура. З їхнього погляду, дозвілля — це не тільки контраст праці, а органічна складова культурного часу, в якому реалізується вираження особистих і колективних сенсів, формуються цінності та естетичні переконання.

Варто зазначити, що тема дозвілля досить часто привертає увагу дослідників, які розглядають феномен цього поняття, через призму еволюції, соціальних функцій та впливу на культурний і технологічний розвиток. У сучасному світі сфера розваг стала невід'ємною складовою становлення та розвитку особистості, сприяє підтримці соціальних зв'язків та культурній інтеграції. Дозвілля слугує важливим механізмом на шляху до боротьби з монотонністю, яка є характерною для професійної діяльності людини. Вільний

від роботи час, у свою чергу, створює можливість виявляти креативність і розвивати особистісні таланти.

У науковому дискурсі дозвілля трактується як один із ключових факторів, які впливають на рівень життя, а також формує цінності та розвиток індивіда. Зокрема, американський науковець М. Каплан наголошує на багатофункціональному прояві дозвілля, що забезпечує досягненню соціальної об'єднаності та вираженню культурної ідентичності. Дозвілля виходить за межі простого звільнення часу і є явищем, яке сприяє розвитку особистості, чим зумовлює суспільний прогрес. Це сприяє розкриттю особистісних можливостей, відновлення психологічних ресурсів, а також, що важливо, сприяє звільненню від функціональних зобов'язань, які нав'язуються соціальними інституціями.

Більше того, у своєму дослідженні автор пропонує розрізнати гуманістичну, терапевтичну, якісну, інституційну, епістемологічну та соціологічну моделі дозвілля. У гуманістичній моделі дозвілля розглядається як стан свободи й радості, шлях до щастя й насолоди. Терапевтична модель дозвілля розглядає як засіб позитивного впливу на психологічний стан людини, як засіб лікування та реабілітації. Якісна модель визначає час, який залишився у людини після виконання всіх термінових завдань. Інституційні моделі враховують дозвілля в різних соціальних інститутах, таких як політика, релігія, освіта та сім'я. Епістемологічна модель передбачає дослідження дозвілля як естетико-ціннісного феномену. Соціологічні моделі розглядають дозвілля як творчу діяльність, що характеризується свободою вибору та спонтанністю [34].

В контексті соціології дозвілля розглядають не лише як важливу сферу людського життя, що впливає на культурні, економічні та соціальні зміни, а й визначає яким чином суспільство адаптується до нових викликів. Одним із дослідників, що вивчав цей аспект є французький соціолог ЖофFRE Дюмазедьє, який розглядав сферу розваг не лише в контексті відпочинку, а й як цілісний елемент соціального життя особистості, що більшою мірою, впливає на трансформацію індивіда. На думку автора, дозвілля може стати способом

подолання пасивності та конформізму, що притаманні індустріальному суспільству [34, с.129].

Так, вітчизняний дослідник, О. Бойко у монографії “Культура дозвілля у суспільстві ризику”, розглядає «культуру дозвілля» у двох аспектах: філософському та соціально-культурному. Та розуміє її як спосіб організації дозвілля, форма його матеріально-технічного забезпечення та нормативно-ціннісного регулювання, а також як змістовне багатство вільної життєдіяльності, ступінь розвиненості, реалізації та гармонії родових та індивідуальних потенцій [2, с.34]. Ця дефініція підкреслює, що культура дозвілля – не просто пасивна розвага, а комплексна сфера, пов’язана зі створенням матеріальних, організаційних і ціннісних умов вільного часу. Таке розуміння вказує на її роль у розвитку особистості й спільноти: дозвілля формує ціннісно-ідеологічний простір, де реалізуються глибинні людські потреби й здібності.

У соціумі, де активний ритм життя та стандартизація впливають на поведінку людей, сфера розваг створює можливість для самовираження, творчості та розвитку критичного мислення, а залучення активних форм дозвілля дозволяє виходити за рамки буденності.

Таким чином дозвілля постає як складний соціокультурний феномен, який відображає взаємодії історичних, економічних, технологічних і особистісних чинників. Воно є не лише противагою до праці, а й простором для самореалізації, самовираження та формування культурної ідентичності. Сучасна розважальна індустрія не лише адаптує традиційні практики, а й генерує нові культурні форми, трансформуючи дозвілля у багатофункціональний інструмент соціального, пізнавального і творчого розвитку. Теоретичні підходи, зокрема концепції М.Вебера, Й.Гейзенга, М.Каплана, Дюмазедьє демонструють багатовимірність цього явища – від терапевтичної функції до формування субкультур і глобальних культурних трендів. Усе це дозволяє розглядати дозвілля як важливу складову культурного процесу, що сприяє не лише відновленню, але й активному залученню індивіда до суспільного життя, забезпечуючи умови гармонійного розвитку особистості.

РОЗДІЛ II. ФЕНОМЕН ДОЗВІЛЛЯ У ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Дозвілля як простір інтеркультурної комунікації

Поняття "дозвілля" часто асоціюється з періодом, вільним від трудових зобов'язань, що використовується індивідом для релаксації, розваг, творчості, самовираження та інших занять. У цьому випадку варто взяти до уваги сімейне дозвілля – складову вільного часу, що визначається добровільною участю членів сім'ї в різноманітних активностях або пасивних заняттях. Активне дозвілля, зі свого боку, інтерпретується як діяльність, яку людина свідомо обирає у вільний час, що має відновлювальний та оздоровчий вплив. Отже, дозвілля можна сприймати як інститут дозвіллевої діяльності – взаємопов'язану систему форм і методів організації вільного часу, орієнтованих на особистісний розвиток. З філософської точки зору, унікальність дозвілля слід розглядати як простір для свободи духу та відпочинку від буденності.

Дозвілля виконує низку важливих функцій у розвитку індивіда й суспільства. Воно забезпечує психоемоційну релаксацію та зняття напруги: як показав Е. Гросс, через дозвілля люди отримують «відновлення себе» після стресів праці [25,с.34]. Інтегративна функція дозвілля проявляється у згуртуванні людей у групи, асоціації чи клуби; участь у дозвіллевих об'єднаннях підтримує групову солідарність і соціалізацію [37, с.6]. Такі дозвіллеві об'єднання сприяють формуванню соціального капіталу: спільні програми культури, мистецтва й спорту створюють простори співпраці, у яких люди будують довірливі соціальні зв'язки.

Культурно-просвітницька роль дозвілля зосереджена на розкритті творчого потенціалу та навчанні; відвідування мистецьких студій чи спортивних клубів сприяє розвитку креативного мислення, навичок вирішення завдань, а також командної роботи, дисципліни та самоконтролю. Дозвілля заохочує самовираження та креативність людини – грамотне планування хобі та розважальних активностей збагачує простір для самоідентифікації та

особистісного зростання. Позитивний вплив дозвілля відчувається і на фізичному благополуччі: дедалі більша увага до активного відпочинку пояснюється його рекуперативними та оздоровчими характеристиками.

У сфері культурної політики та взаємовідносин між країнами спортивні та культурні івенти є важливими інструментами "м'якої сили". Зокрема, спортивна дипломатія використовує турніри та фестивалі для об'єднання населення, подолання упереджень та формування неформальних зв'язків між країнами [27]. Приміром, організація змагань на міжнародному рівні "має за ціль – віднайти спільні інтереси через спорт, ламаючи культурні та мовні перешкоди між різними етносами". Експерти підкреслюють, що значущі спортивні події, на кшталт Олімпійських ігор та чемпіонатів з футболу, презентують цінності миру, поваги та взаєморозуміння між культурами. Урядові ініціативи розглядають спорт як інструмент іміджу країни: світові чемпіонати та Олімпіади створюють економічний поштовх, покращують туризм, інфраструктуру та підвищують імідж держави на міжнародному рівні [27].

Культурна стратегія багатьох держав зараз охоплює фінансування масових розважальних ініціатив, на кшталт фестивалів, спортивних чемпіонатів та мистецьких подій, оскільки ці заходи сприяють просуванню національної спадщини та налагодженню міжнародної співпраці. Зокрема, культура та дозвілля можуть слугувати інструментом для розбудови мультикультурного спілкування: у рамках масових фестивалів відвідувачі знайомляться з історичними та культурними надбаннями різних народів, що допомагає визнати й поважати відмінності.

Попри очевидні позитивні впливи, явище дозвілля стикається з актуальними проблемами сьогодення. Стрімкі технологічні зміни в суспільстві породили інтернет-«надлишок»: дедалі частіше люди обирають пасивний відпочинок перед екранами пристроїв, що негативно впливає на якість життя. Дослідники, зауважують, що залежність від смартфонів та неконтрольоване споживання цифрового матеріалу не сприяють збалансованому особистому зростанню та послаблюють взаємодію між людьми. Втручання засобів масової

інформації та реклами також здатне спотворювати справжні культурні традиції, перетворюючи дозвілля на виключно комерційну пропозицію.

Останніми роками новою глобальною проблемою, з якою ніхто не стикався раніше, стала пандемія COVID-19 та пов'язані з нею обмеження: епідеміологічна криза змусила людей «відірватися» від колективних дозвіллевих практик і живого спілкування, що викликало страх, невизначеність та емоційну напруженість. Люди ускладнено адаптуються до нових умов, і на тлі соціальної ізоляції знижується ефект психологічної стабілізації, який зазвичай дає творче дозвілля.

Не обходиться і без політичних ризиків: спорт та масові розваги можуть бути інструментом пропаганди. Експерти застерігають від феномену «sportswashing», коли успішні змагання або популярні спортивні заходи надають політичну легітимність авторитарним режимам [27]. Іншими «больовими точками» є нерівномірний доступ до організованого дозвілля, наприклад, між містом і селом, та недостатнє державне фінансування дозвіллевої інфраструктури.

Таким чином, дозвілля виступає багатофункціональним соціокультурним інститутом, що формує особистість та сприяє міжкультурному порозумінню. Водночас воно потребує сучасних підходів управління та підтримки від планування дозвіллевих послуг до реалізації культурно-просвітницьких ініціатив, аби максимально розкрити свій потенціал у сфері культурного обміну та міждержавної комунікації.

2.2. Творчий потенціал дозвілля та ціннісні орієнтації

Спираючись на визначення ЮНЕСКО, творчість є це динамічне вираження ідентичності та цінностей, що сприяє культурному різноманіттю та соціально-економічному розвитку [28]. Спорт, як дозвіллева практика, у даному випадку виступає потужним майданчиком для реалізації креативного потенціалу:

спортивні події сприяють створенню нових культурних практик, міжнаціональному діалогу та інноваціям у індустріях розваг. Водночас спорт «об'єднує людей через кордони та соціальні відмінності», велика глядацька аудиторія та емоційна залученість учасників перетворюють глобальні спортивні події на справжні фестивалі, де вирує творчість, яка проявляється не тільки через спортсменів, але й уболівальників, волонтерів і митців [27]. Саме тому влада наполягає на праві реалізовувати такі події: вони формують неповторне культурне поле, де спорт переплітається з масштабними святкуваннями, експозиціями, виступами митців та творчими імпульсами населення.

Однак, у цьому культурному просторі спорт не може залишатися повністю ізольованим від політики. Попри широко відомий погляд щодо аполітичності спорту, варто зазначити, що це не є можливим в умовах сучасної політичної взаємодії. Питання взаємопов'язаності спорту в контексті культурного обміну і міждержавної комунікації є достатньо амбітним, адже спорт являється одним із найбільш ефективних інститутів, за допомогою якого ідеологія «комунікує» з соціальним простором та інтегрується в простір політичний, тим самим створюючи підґрунтя для культурної та міждержавної взаємодії, а також для поширення думок щодо глобальних проблем.

Подібна проблема не є новоствореною, адже сучасному науковому дискурсу відомі факти використання мови спорту, задля досягнення потреб влади ще з часів давньоримського періоду. Саме тоді був створений філософський конструкт «*panem et circenses*», який не втратив актуальності і сьогодні. Концепт «хліба та видовищ» був ефективним інструментом у руках римського імператора для збереження миру серед населення, і, водночас, надавав йому можливість висловитись або ж викричатись у місцях проведення перформансів, адже для повноти схвалення громадян і політичної стабільності народ має бути ситим (для цього є хліб) і задоволеним (чому служать видовища). Прикладом даної ситуації, в історикокультурному вимірі, є вже згадувані нами бути гладіаторські бої. Проводячи їх, влада Риму ставила за мету не лише внутрішньо впливати на своїх громадян, а й ще одну важливу мету, а саме

демонстрацію величі Римської імперії, оскільки етнічний склад гладіаторів був, переважно, із представників завойованих земель Германії, Іспанії, Вельсу, Британії. Використання в іграх поваленого Римом ворога для розваги давньоримської публіки – це найяскравіша демонстрація тріумфу великих перемог Римської імперії [13, с.24].

Розглядаючи спорт в контексті дозвіллевих практик сучасності, варто відзначити його вплив у створенні механізмів для культурного обміну і міжнародної комунікації. Неможливо ігнорувати очевидний взаємозв'язок спорту, політики та культури, який проявляється як у формальних інституційних рамках, так і на рівні символічного значення. Перш за все, спорт формує ідейні засади, що охоплюють етичні, естетичні аспекти та стиль життя. З іншого боку, з огляду на власну популярність спорту, він стає важливим інструментом ідеологічного впливу. Інституції часто використовують спорт для поширення панівних економічних, політичних, соціальних та культурних доктрин, популяризації національних та духовних цінностей, а також формування у громадян необхідних суспільних якостей. У даному випадку спорт виступає не лише як змагальна діяльність, а й як механізм соціального управління і виховання.

В контексті аналізу ідеологічного аспекту спорту неможливо оминати концепт «soft power» Джозефа Найєма, американського політолога, розробника теорій м'якої та розумної сили, в основі якої лежить здатність держави впливати на інших не через примус чи насилля, а через привабливість і переконання. М'яка сила діє через культуру, політичні цінності та міжнародну політику, формуючи глобальне сприйняття та міжнародні союзи [31, с.5].

У рамках політики «soft power» однією з головних переваг спортивних змагань є здатність держави не тільки популяризувати власний імідж, але й покращити привабливість на міжнародній арені через спортивні культурні та соціальні цінності. Спортивні заходи, виступають як ефективний інструмент «soft power», оскільки спорт ґрунтуються на принципах чесної гри, взаємної поваги та співробітництва, сприяючи зміцненню міжнародного авторитету

країни-організатора. Глобальні спортивні змагання дозволяють організатору позиціонувати себе як відкритого та гостинного гравця, який готовий не лише прийняти глобальну спільноту, але й інтегрувати власні традиції в контекст загальнолюдських спортивних цінностей. Успішна реалізація цих заходів формує довіру щодо держави як політичного та економічного партнера, що в свою чергу, сприяє розвитку міжнародних відносин та культурного обміну.

Крім того, спортивні змагання забезпечують платформу для «публічної дипломатії», оскільки вони створюють можливості взаємодії між країнами поза офіційними політичними структурами. Це сприяє розвитку міжкультурного діалогу, зміцнюючи імідж держави як країни, яка підтримує мирне співіснування та спільне святкування спортивних досягнень. Тому участь та організації в міжнародних спортивних заходах є важливим механізмом підвищення позицій держави, що сприяє її тривалій інтеграції в міжнародний політичний та культурний простір [13].

Можна узагальнити, що завдяки «soft power», держави, що були не привабливими у світовому політичному просторі, через певні фактори, наприклад, через порушення прав людини, історичні події, бідність чи корупцію, здатні значно перевернути сприйняття великих політичних гравців у кращу сторону. У такий спосіб країни формують позитивний політичний бренд, завдяки чому перетворюються на успішних і привабливих глобальних акторів. Подібний процес зазвичай починається з організації та участі у глобальних спортивних подіях, де країни мають можливість донести до міжнародної спільноти розуміння того, що негативні стереотипи, що існують стосовно їхньої політики чи суспільства є помилковими.

Спорт, як колективна діяльність, є комплексним культурним явищем, та несе в собі важливе соціальне явище, оскільки він підкреслює універсальні цінності: чесність, рівність, взаємоповага, співпраця та командний дух, що збігаються з цінностями великої політики. Це дозволяє країнам звертатися до міжнародної спільноти, через публічну дипломатію, засновану на взаєморозумінні та спільних ідеалах [13, с.100].

Важливо відзначити, що спорт діє на іншому рівні, як частина культурної «soft power» нації та слугує важливим інструментом широкого міждержавного культурного обміну. Окрім того, що спортивні заходи є потужною платформою для міжнародної комунікації, вони також сприяють обміну знаннями, мовами, мистецтвом, ідеями та цінностями. Тому спортивні заходи є важливими інструментами культурної дипломатії.

Крім цього, спорт відіграє важливу роль у націотворенні, формуючи національну гордість серед громадян. Успіхи національних команд у змаганнях на міжнародних аренах підвищують статус держави на світовій політичній карті. Перемоги, у свою чергу, виступають сигналом до світової спільноти про характерну національну ідентичність країни-учасника та культурну значущість країни.

Взаємопроникнення політики та культури у спорт створює необхідність розроблення ініціатив, що спрямовані на утвердження принципів толерантності, рівноправ'я та інклюзивності. Подібною соціальною ініціативою є кампанія запроваджена FIFA та UEFA, яка охоплює одразу декілька напрямків: Respect Fan Culture (Поважай культуру вболівальників), Respect Diversity (Поважай різноманітність) та Respect Inclusion (Поважай інклюзивність).

Напрямок Respect Fan Culture спрямований на підтримку вболівальників та розвиток змістовного діалогу між представниками фан-рухів, органами влади та комітетами. Механізмом кампанії є створення фан-посольств, які організують комунікацію між уболівальниками різних країн та сприяють розповсюдженню принципів взаємоповаги під час міжнародних футбольних подій.

Ще однією галуззю RESPECT-кампанії є боротьба з дискримінацією Respect Diversity, що створена задля запобігання проявам расизму та інших форм дискримінації у спортивному середовищі. Ініціатива передбачає реалізацію заходів для сприяння толерантного суспільства через футбол. Міжнародні організації, такі як Football Against Racism in Europe та Never Again Association, що спрямовані на виявлення, запобігання та усуненню випадків дискримінації на футбольних матчах та турнірах.

Respect Inclusion націлена на розширення можливостей для людей з інвалідністю. Дана ініціатива охоплює інші активності, зокрема організацію благодійних спортивних подій та проведення показових ігор, що сприяють залученню осіб з інвалідністю до спортивного життя. Серед партнерів програми – Centre for Access to Football in Europe та Disability Alliance, що забезпечують доступність футбольної інфраструктури та сприяють інклюзивним практикам у спортивному середовищі.

Іншим аспектом соціальної відповідальності УЄФА є діяльність UEFA Foundation for Children, який зосереджується на підтримці дітей та захисті їхніх прав. Ініціативи Фонд включає програми покращення освіти, здоров'я та спортивного розвитку дітей, у тому числі представників національних меншин [41].

Соціальні ініціативи спортивних організацій ФІФА та УЄФА відіграють ключову роль у просуванні толерантності, інклюзивності та взаємної поваги у світі футболу. Кампанія RESPECT демонструє потенціал футболу як інструменту позитивних соціальних змін. Потенційно, це допоможе зменшити дискримінацію, підтримати вразливі групи та створити безпечне та інклюзивне середовище для всіх учасників футбольної спільноти.

Особливим виміром дозвіллевих практик у спортивному контексті становить феномен ультрас – субкультурної спільноти, чия активна підтримка улюбленого клубу, проявляється через унікальні форми самовираження, зокрема характерну мову, ритуалізовані жести та іноді радикальні дії. Термін, яким позначають активну фанатичну поведінку, «ультрас» походить з французького політичного дискурсу періоду Реставрації, коли "ultra-royaliste" означало підтримку абсолютної монархії. Проте рух «ультрас», який вже став звичним для нашого суспільства вперше виникає у 1970-х роках у Італії, у цей час були очевидні соціальні заворушення, що призвело до появи ультраруху, який набув радикального характеру. Напади на урядовців, а також на інші фанатські групи посилилися. Критичним моментом у русі «ультрас» стала подія, що відбулась 28 жовтня 1979 року, під час римського дербі уболівальник "Лацио" Вінченцо

Папареллі був убитий вибухівкою, яку встановив уболівальник "Роми" на стадіоні "Curva Sud". Інцидент привернув увагу громадськості до проблеми насильства на стадіонах і призвів до жорстких дій уряду [39, с.54].

В Україні перші угруповання ультрас з'явилися у 1980-х роках, зокрема серед фанатів київського «Динамо», які активно протистояли московському «Спартаку». Подібні групи склалися переважно зі студентів та молодих людей віком від 20 до 25 років, і вони не лише підтримували свою команду на домашніх іграх, а й супроводжували її на виїзді. Більшою мірою, український ультрас здійснює свою діяльність переважно поза політикою, підтримка команди головним пріоритетом фанатського руху, особисті політичні погляди, у свою чергу, залишаються приватною справою, але, як і решта країни, ультрас можуть вільно висловлювати свою думку за межами стадіону. Варто зазначити, що до 2014 року український фан-рух характеризувався запеклим суперництвом, але події Революції Гідності принесли безпрецедентне єднання. Після сутичок на вулиці Грушевського ультрас відклали свої фанатські інтереси, щоб захистити демонстрантів. Це і є свідченням громадянської відповідальності руху ультрас та готовності відстоювати спільні цінності.

22 лютого 2014 року було офіційно оголошено безстрокове перемир'я між футбольними фанатами. Вболівальники Прем'єр-ліги, Першого дивізіону та аматорські команди домовилися підтримати один одного. Цим вони поклали край внутрішній ворожнечі та вперше в історії українського фанатського руху наголосили на важливості національної єдності.

Між згаданими віхами варто пригадати ще одну знакову подію в історії українського ультрас-руху: появу культової кричалки про президента країни-агресора. Весна 2014 року дала життя цій фразі в колі футбольних фанатів, і вона миттєво набула широкого розголосу. Харківські ультрас були першими, хто вигукнув її на марші містом, а потім естафету підхопили фанати інших клубів, включно з донецьким «Шахтарем» та київським «Динамо». Ця кричалка стала своєрідним знаком протесту проти російської агресії, а її мелодійний ритм і простота зробили її впізнаваною далеко за межами фанатського світу. Пізніше

цей вислів лунав на мітингах, концертах, у громадському транспорті та навіть у політичних дебатах, перетворившись на народний мем і символ опору путінському режиму.

Даний феномен показує, якою великою силою для творчого вираження може бути спорт та його фан-культура, особливо коли суспільство переживає кризу. Так само, як рух ультрас став майданчиком для створення і поширення протестних думок, інші спортивні події, наприклад, Олімпійські ігри, часто стають простором для культурних ігор та пропаганди.

Олімпійські ігри – це один із ключових стовпів сакрального та профанного в античності. Як відомо, раз на чотири роки під час проведення ігор в Елладі оголошували перемир'я, а історичний інститут Олімпійських ігор склався ще в IX столітті до н. е. [13, с.18]

Ідея про відновлення Олімпійських ігор у сучасному просторі виникала неодноразово, проте реалізувати амбітні плани вдалось лише у 1894 році П'єру де Кубертену, французькому громадському діячу, що став засновником Міжнародного олімпійського комітету, який і став керівним органом олімпійського руху. Новостворені Олімпійські ігри, за задумом Кубертена, повинні були проводитись кожні чотири роки. Перша Олімпіада під егідою МОК відбулася в Афінах у 1896 році, участь у ній взяли 241 спортсмени 14 країн і змагались у дев'яти видах спорту, жінки вперше доєднались до олімпійського руху лише у 1900 році на Олімпіаді в Парижі.

Статус та процедура проведення Олімпійських ігор визначається Олімпійською хартією, а Олімпійські програми постійно змінюється, щоб відповідати інтересам аудиторії та сучасним тенденціям. Олімпійськими видами спорту можуть стати виключно ті, що мають велику популярність та розповсюдженість на всіх континентах. Крім того, в Олімпійському русі велика увага приділяється принципам «fire play» - етичним та моральним нормам, які засновані на шляхетності, справедливості, честі і рівності у спорті, що й створило основу цінностей сучасних олімпійських ігор.

Відомий нідерландський історик та теоретик культури Йоган Гейзинга, вважав, що кожна гра має один ключовий елемент – здатність гравців похвалитися своєю перемогою, цей принцип є важливим не лише в контексті цінності перемоги спортсмена, а й як потужний пропагандистський інструмент. [5, с.62]. Цей принцип був особливо помітним на Олімпіаді в Берліні у 1936 році, тоді нацистська Німеччина використала свій медальний залік, щоб показати перевагу своєї країни та перетворити Олімпіаду з спортивного заходу на справжню ідеологічну розправу. Тріумф німецьких спортсменів підтвердив нацистську тезу про силу та непереможність арійської гонки. Ігри стали символічною «війною», яку Німеччина здобула не на полі бою, а на міжнародній арені, що розпалило самооцінку Німеччини та стало фактичною підготовкою до Другої світової війни: «Німецький спорт повинен розв'язати одне завдання – зміцнити характер німецької нації, наповнюючи його бійцівським духом та стійким побратимством, що необхідно для боротьби за виживання» - так сказав у своїй заяві Пауль Йозеф Геббельс, рейхміністр народної освіти та пропаганди нацистської Німеччини [13, с.48].

Нацистська Німеччина доклала неймовірний зусиль задля забезпечення своєї перемоги, державні структури підвладні Адольфу Гітлеру надавали спортсменам необмежений час для тренувань та звільнення від робочих зобов'язань, що значно збільшив час підготовки. Крім того, німецька пропаганда була вдалою і щодо МОК (Міжнародний олімпійський комітет) та урядових організацій інших країн, в контексті здатності організувати відкриту та справедливу конкуренцію. Досягнувши цього, режим створив тимчасову, «картину» змін міського простору Берліна, прибравши антисемітські гасла та плакати та наставляючи жителів щодо належної лояльної поведінки до іноземних відвідувачів. Подібні заходи створили ілюзорне уявлення цивілізованості та толерантності Третього Рейху, в той час, коли поблизу олімпійських місць уже функціонували концтабори. Поки світ спостерігав за спортивними подіями, євреїв, ромів, політичних в'язнів та представників інших переслідуваних груп

відправляли до таборів, які мали стати частиною майбутньої системи масового знищення.

Таким чином Олімпіада може бути не просто фестивалем спорту, а й засобом політичного впливу, що використовується як інструмент маніпулювання свідомістю людей та виправданням жорстоких амбіцій влади.

Варто також зазначити, що спорт є важливим елементом у створенні та підтримці національної ідентичності. На думку вчених, національна символіка у спорті підвищує патріотизм та інтерес до змагань серед глядачів. Олімпійські ігри – чудовий приклад того, як спорт впливає на національну ідентичність. Як найважливіший міжнародний спортивний конкурс, вони дозволяють державам продемонструвати свою перевагу у спорті, а також стверджувати власний імідж у глобальних галузях, тому Олімпіада – це не лише спорт, а явище яке сприяє єдності нації та розвитку патріотизму.

У програмі Олімпійських ігор представлено безліч дисциплін, проте футбол займає особливу позицію завдяки своїй широкій популярності та значному культурному впливу. Справжній потенціал цього виду спорту як соціокультурного явища розкривається не лише під час офіційних змагань, а передусім у повсякденному дозвіллі мільйонів людей у різних куточках світу. Футбольні чемпіонати перетворюються на свята планетарного масштабу, об'єднують громади, формують ціннісні орієнтири, сприяють міжкультурному діалогу, відчуттю єдності та колективній емоційній залученості.

Футбол у його сучасній формі виник у ХІХ столітті в англійських школах, спочатку виконуючи важливу функцію організації дозвілля молоді, реагуючи на критику жорсткої освітньої системи того часу, зокрема суворої дисципліни та фізичних покарань. Освітянин Томас Арнольд запропонував альтернативу — інтеграцію спортивних ігор у навчальний процес як засіб морального виховання, соціалізації та регулювання вільного часу школярів. Футбол у цьому контексті виконував не тільки рекреаційну функцію, а й ставав інструментом формування моделей поведінки, розвитку командного духу й відповідальності. Це свідчить

про те, що спортивне дозвілля з самого початку мало виховний та ціннісний потенціал.

Надалі, завдяки кодифікації правил у 1863 році Футбольною асоціацією, футбол поступово трансформувався у впорядковану гру, яка швидко вийшла за межі навчальних закладів і стала важливою складовою масового дозвілля. Зі зростанням урбанізації та індустріалізації футбол активно проникає у середовище робітничого класу як доступна та колективна форма відпочинку. Через британських моряків, інженерів і торговців гра стрімко поширюється світом, набуваючи універсального характеру. У портах від Монтевідео до Одеси футбол перетворюється на міжкультурну практику, яка формує нову спільність – не за класовою, а за ігровою та емоційною ознакою.

Особливим виміром дозвілля виступає футбол - це більше, ніж просто гра, те, що дає можливість вирватися за межі повсякденних обмежень в епоху контролю та репресій. У різних куточках світу, де режим диктував правила життя, стадіон став територією свободи: «Футбол дарує радянським громадянам щось більше, ніж просто розвагу. У часи терору і страху гра дозволяє їм бути самим собою бодай протягом декількох десятків хвилин. Дозволяє кричати те, що вони хочуть кричати. Підтримувати тих, кого вони дійсно підтримують. Довіряти незнайомцеві, що стоїть поруч на трибуні, вболівати з ним разом, обіймати його. Бути собою і нічого не вдавати, перестати себе контролювати. Стадіон стає посольством нормальності» [18, с.36].

Крім того, «Гра джентельменів» є майданчиком для багатьох соціальних рухів гравці стають голосом протесту проти расизму, дискримінації та несправедливості. Коли світ стикається з кризами, футбол стає джерелом надії та єднання. Зокрема, у 2022 році у світі футболу відбулася соціальна ініціатива під девізом «Match for Peace! Stop the War!», ініціатором благодійної кампанії стало київське «Динамо», що оголосило про проведення десяти товариських матчів з європейськими футбольними клубами задля підтримки України: «Мета проведення змагань - підтримка нашої держави, інформування міжнародної

спільноти про жахливу війну в Україні та збір коштів гуманітарної допомоги для людей, які постраждали від війни, розв'язаної російським агресором» [42].

З 2022 року в українському футболі з'явилася особлива традиція, символічний перший удар по м'ячу здійснюють ветерани російсько-української війни. Подібна ініціатива є не лише частиною передматчового ритуалу, а є важливим соціальним жестом вдячності та підтримки українським воїнам. Футбольні клуби та вболівальники сприймають такий жест з глибокою повагою, гравці та глядачі зустрічають воїнів оваціями. Для багатьох ветеранів це можливість знову відчувати себе частиною активного життя та побачити підтримку і повагу до їхнього подвигу.

Таким чином, крізь минуле спорт, лишається не просто змаганням, а наріжним каменем суспільного та культурного буття. Розглядаючи це з позиції дозвілля, дана подія набуває особливої значущості, стаючи осередком спільних почуттів, емоційної згуртованості та символічного протиборства. Як футбол, так і Олімпійські Ігри, здатні об'єднувати людей, незалежно від місця проживання чи національності, а скоріше через спільні цінності: справедливість, честь, солідарність. В історичні бурі спорт часто ставав потужним джерелом моральної підтримки, а дозвілля, з простого способу відпочити, перетворювалось на спосіб символічного опору чи згуртованості. Підсумовуючи, спорт у дозвіллі відіграє комплексну та різнопланову роль. Він не лише дає можливість людям відпочити та розважитись, але й нерідко перетворюється на платформу для вираження глибинних смислів — самоідентифікації, патріотизму, протесту, віри у краще.

2.3. Модифікації вимірів дозвіллєвої діяльності в контексті розвитку ІТ

В актуальному інформаційному суспільстві медіа посідає важливе місце у повідомленні про спеціальні заходи, формуючи громадську думку, а також сприяючи розповсюдженню світових новин. Грандіозні спортивні події, наприклад, Олімпійські ігри, стали масштабними медіапроектами, що залучають

увагу мільйонів глядачів по всьому світу. Для країни організатора подібні заходи – не лише про спорт, вони являються потужним інструментом для зміцнення позицій у зовнішній політиці. Протягом наступних двох тижнів змагань, під час яких відбуваються Олімпійські Ігри, кількість згадок про державу, що приймає у себе даний захід швидко зростає. Вагомим фактом залишається те, що переважно, згадки про країну-господаря є нейтральними або позитивними – особливо у випадку успішної організації події. Це дає можливість країні продемонструвати свої організаційні можливості та культурну унікальність на світовій арені.

Гнучкість спортивної мови та її емоційна композиція робить спорт чітким та доступним для великої аудиторії, незалежно від культурного чи релігійного контексту. Олімпійський спорт широко відомий, тому висвітлення змагань викликає інтерес у різних країнах. Таким чином, спортивні події стають загальною темою для обговорень, що сприяє культурному обміну та міжнародному діалогу.

Усупереч цьому, вплив медіа на спортивні заходи не завжди є позитивним, іноді заголовки та публікації можуть бути суперечливими та нести негативні емоції. Наприклад, мундіаль в Катарі 2022 року, вийшов далеко за рамки змагань, перетворившись з класичного чемпіонату, на ефектну демонстрацію цифрового впливу, де соцмережі, трансляції та онлайн-медіа формували суспільні настрої. Незважаючи на величезні витрати Катару, як країни-господаря турніру на спортивні об'єкти, медіа західного світу акцентували увагу на аспектах прав людини, умовах праці робітників-мігрантів та культурних особливостях країни Середнього Сходу. Медіа перетворило мундіаль на поле пропагандистської битви: офіційні катарські ресурси розповсюджували наратив про "відкритість та поступ", водночас як незалежні медіа акцентували увагу на порушеннях прав людини [20].

В українському контексті відомим прикладом медіапропаганди є інцидент перед футбольним матчем між українськими та російськими національними командами в 1999 році, у матчі відбору до Євро-2000 року. Перед матчем

кваліфікації російська газета "Радянський спорт" опублікувала на першій шпальті провокаційний заголовок: "Бей, Хохлов, держи, Хлестов, не пропускай, Филимонов, спасай р...ю!». Хоча звернення до гравців збірної було невинним, візуальне виділення окремих слів надало фразі образливого підтексту. Цей випадок спричинив чудовий резонанс і став додатковим хвилюванням для української команди, яка у фінальному результаті зіграла нічию 1:1 завдяки голу Андрія Шевченка. Незважаючи на пропагандистську істерику, яку влаштувала Росія, котра була впевнена у своїй перемозі, але в результаті отримали приниження від наших хлопців у власній столиці. Українська команда довела, що попри будь-який тиск, всупереч обставинам може досягати потрібного результату. Після грандіозного матчу у газеті «Український футбол» від 12 жовтня 1999 року вийшла стаття: «Непереможені!», яка підкріплювалася цитатою тезки українського нападника - великого поета Шевченка: «Здається, кращого немає нічого в Бога, як Дніпро та наша славна Україна» [22].

Звертаючись до сучасних випадків пропаганди в умовах повномасштабної російської агресії проти України, чимало українських атлетів перетворилися не тільки на учасників турнірів, але й на медійні фігури опору. Наприклад, легкоатлетка та Олімпійська чемпіонка 2024 року Ярослава Магучіх, постійно публікує емоційні пости в соціальних мережах, поєднуючи спортивні досягнення з інформацією про бойові дії. Її постаті використовується мас-медіа як втілення міцності, гідності та нескореності українців. Водночас російські пропагандистські канали докладають зусиль, щоб дискредитувати успіхи українських спортсменів або замовчувати їх. У цифрову добу будь-яка світлина, будь-яке висловлювання спортсмена в мережі набуває ваги політичної заяви. Це наочно демонструє, як технології стерли межі між спортивною ареною та загальнонаціональним наративом.

Таким чином медіа мають суттєвий вплив на спортивні заходи та обізнаність про них у світі. З одного боку, вони допомагають популяризувати спорт та зміцнювати міжнародний імідж націй. З іншого боку, невідале висвітлення подій або неправильні публікації можуть спричинити конфлікти та

негативні емоції навіть у глобальному контексті. Тому відповідальність у медіа полягає в тому, щоб об'єктивно висвітлювати спортивні події та поважати всіх учасників, сприяючи розвитку спорту та взаєморозуміння між народами.

РОЗДІЛ III. КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВІ ПРАКТИКИ СУЧАНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

3.1. Феномен масового дозвілля: історія розвитку

Феномен дозвілля – це невід’ємний компонент соціального життя сучасних суспільств і часто пов’язаний із трансформаціями, що відбулися в економічній, технологічній та культурній сферах ХХ століття. Розвиток індустріалізації та урбанізації у країнах Заходу створив новий ритм життя, в якому сформувалося чітке розмежування робочого часу та часу відпочинку. Зростання рівня життя, скорочення тривалості робочого дня, підвищення освіченості населення та доступність новітніх засобів комунікації — усе це посприяло виникненню стійкої потреби в якісному, організованому дозвіллі. Відпочинок вийшов за межі привілеїв еліти та став доступним для широких верств населення, набувши статусу соціального інституту.

Масове дозвілля – це різновид колективної культурної діяльності, спрямованої на задоволення потреб у розвагах, емоційному розвантаженні, самовираженні та соціальній інтеграції. У другій половині ХХ століття провідну роль у формуванні цього феномена почали відігравати медіа – спочатку радіо та телебачення, а пізніше інтернет. Через них відбувалося не лише споживання культурного контенту, а й творення нових уявлень про національну та наднаціональну ідентичність, суспільні норми, політичні вподобання. Саме масове дозвілля стало тією сферою, де поєдналося приватне життя людини та глобальні культурні процеси.

Одним із відповідей на необхідність об’єднання Європи через культуру стало створення загальноєвропейських форматів дозвілля, які могли б вийти за межі національного контексту. В 50-х роках ХХ століття Європейський союз мовлення (ЄСМ) розпочав мобілізацію країн для створення розважального контенту, який би зміг об’єднати Європу в повоєнний період, з метою створити певний зв’язок між західноєвропейськими націями у спробі використати

культуру для об'єднання континенту, який був зруйнований найжорстокішим конфліктом цього часу.

Ідея виникла під керівництвом Марселя Безенсона. Натхненний фестивалем у Сан-Ремо генеральний директор швейцарського телебачення вирішив організувати конкурс пісні. У 1956 році в Лугано, Швейцарія, відбувся перший конкурс «Євробачення Гран-прі». Пісенне дійство відбувалося за участі семи країн – учасників, а саме: Бельгія, Нідерланди, Німеччина, Італія, Люксембург, Франція та Швейцарія, остання стала господарем конкурсу, сталося це завдяки своєму розташуванню в центрі Європи. Перший конкурс, створений Європейською мовною спілкою (ЕВУ), транслювався в прямому ефірі зі Швейцарії на країни Європи. Участь у Євробаченні в кінцевому рахунку розглядається як представництво всієї нації чи держави, формуючи та впливаючи на громадську думку та дебати і генеруючи політичну думку та дії [40].

Відтак, історія Євробачення не тільки демонструє політичні, культурні й суспільні зміни в Європі, але й підкреслює глибинне явище – феномен дозвілля як аргументу для культурної взаємодії, емоційного обміну та "м'якої" дипломатії. Ті, хто бере участь у конкурсі, а також його глядачі, постають не просто споживачами "високого" мистецтва, а активними учасниками всесвітнього дійства, де музика перетворюється на спосіб колективного переживання, засіб самовираження та, часом, спосіб усвідомлення спільної ідентичності. Євробачення, як форма організованого відпочинку, стає платформою для виявлення цінностей, симпатій та навіть політичних переконань, що засвідчує, наскільки сучасне дозвілля наповнене соціальними значеннями та культурною важливістю.

Країни-учасниці Євробачення, не лише представляють смаки більшості, а й поєднують у собі універсальну поп-культуру з місцевими національними та культурними компонентами. Пісня-переможець не обов'язково має бути складною або технічно досконалою, вона може просто відображати емоції та цінності народу, який її створив, а також тих, хто відзначив її, як особливу. Оцінка зарубіжних пісень залежить від культурної відповідності між оцінювачем

і оцінюваним. Таким чином, насолода від пісень є функцією зустрічі національних і культурних смаків.

Пісенний конкурс «Євробачення» слугує платформою, що символізує єдність післявоєнної Європи, використовуючи музику як важливий інструмент для міжкультурного обміну та взаєморозуміння. Заснований на ідеї спільної культурної взаємодії, цей захід вирізняється своєю різноманітністю та міжкультурним підходом, дозволяючи країнам вільно виражати свою унікальну ідентичність за допомогою музичних виступів. Участь у пісенному конкурсі «Євробачення» - це не лише про позиціонування себе як європейської нації та її ідентичності, але й відданість європейській ідеї та прагнення продемонструвати і зберегти культурну спадщину – це постає базисом для кожної країни та учасника на «Євробаченні». Крім того, в контексті культурного обміну та взаємодії між учасниками, задля згладжування конфліктів існує правило, основна мета якого полягає в тому, щоб держави продемонстрували свою відданість спільним цінностям свободи і взаємоповаги, але з роками ця мета іноді була скомпрометована.

Враховуючи різноманітність культур та ідентичностей, представлених на Євробаченні, конкурс можна розглядати як ознаку зростаючої «європейськості» конкурсу, що сприяє культурному обміну та діалогу між країнами. Він також відображає ставлення країни до себе та світу, формуючи імідж кожного учасника в міжнародній спільноті.

Яскравим прикладом того, як дозвілля може виконувати роль м'якої сили та бути засобом культурної дипломатії є виступ України на Євробаченні 2004 року, який відверто сподобався європейській публіці.

Упродовж багатьох років, Україні було важко закріпитись на міжнародній арені, і отримати визнання окремої нової, вільної, європейської нації, а не сателіта Росії. Але це змінилось у 2004 році. Руслана та її команда представили Україну на Євробаченні 2004 з номером, що ґрунтувався на гуцульських традиціях Карпат. Це було екстравагантне поєднання сучасної музики, давніх танців, екзотичних костюмів та автентичних інструментів. Цей виступ не був

випадковим вибором, а став частиною стратегії брендингу України, розробленої PR-агенцією CFC Consulting. Він не лише привернув увагу мільйонів глядачів, а й позитивно вплинув на сприйняття України в світі, підкресливши її культурну різноманітність та креативний потенціал. Впродовж років «Дикі танці» Руслани залишаються популярними по всій Європі [23].

Перемога України на пісенному конкурсі «Євробачення» в Туреччині у 2004 році не лише відкрила нові перспективи, але й стала голосом української культури. Пізніше Національна телерадіокомпанія України (НТУ) використала Євробачення як можливість для створення національного бренду України та подолання стереотипів. Крім того, Помаранчева революція 2004 року та пісенний конкурс «Євробачення», що відбувся в Києві у 2005 році, став новим початком для України у позиціонуванні себе як європейської держави, що проявлялось у зміні геополітичної орієнтації країни та її прагненні до європейської інтеграції.

Ще одним проявом «європейськості» став виступ Джамали, представниці кримських татар – корінного народу України. У даному випадку Україна виступала з позиціонуванням себе, як держави, яка підтримує та пишається всіма народами, котрі проживають на території України та розглядає кожну їхню перемогу як власну. Це стало також вагомим фактором і у зв'язку з вторгненням Російської Федерації до Криму, яка використовувала наративи про захист місцевого населення від утисків. Такий акт культурного відстоювання також вислав сильне послання про те, що культурна та національна різноманітність є невід'ємною складовою сучасного світу, а вираження голосу через мистецтво є одним з найефективніших способів вираження своєї ідентичності та спільного бажання жити в мирі та гармонії.

Саме тому, виступ та перемога Джамали на конкурсі «Євробачення» стала не лише музичним тріумфом, а й символізувала важливий етап у боротьбі за визнання прав кримськотатарського народу та його історії. Її пісня стала вираженням не тільки її особистого досвіду, а й загальної історії всього народу. Джамала народилася в сім'ї, де змішалися різні культури і традиції. Її батько був

кримським татариним, а мати - вірменкою, і їхні історії міграції та боротьби символізували те, через що пройшли багато кримських татар. З дитинства Джамала знала, що в її народу складна історія депортації та поневірян, за місяць до Євробачення-2016 співачка в інтерв'ю сказала: «Коріння [цієї пісні] в моєму дитинстві. Коли мені було п'ять років, моя прабабуся розповідала, як вони пережили депортацію. У неї було п'ятеро дітей; вижили лише четверо. [...] Ця трагедія - не розповідь про те, що сталося десь із кимось. Це сталося в моєму домі; саме до мене вони прийшли». Після перемоги на конкурсі багато кримських татар відчували підтримку і розуміння. Це була не лише перемога в музичному світі, а й визнання їхньої боротьби за справедливість та історичну правду. Для багатьох це стало доказом того, що їхній голос було почуто і що їхній народ має право на власну історію та ідентичність [32].

Проте, не лише Україна стикнулася з упередженнями, щодо своєї ідентичності. Ці проблеми стосувалися практично всіх країн пострадянського блоку, оскільки новостворені держави були сприйняті західноєвропейською публікою, як такі, що в силу своєї фінансової неспроможності не здатні взяти участь та провести найбільше музичне шоу планети. Зрештою, Латвія у 2002 та Естонія у 2001 році змінили думку багатьох, провівши грандіозні, вражаючі шоу, які продовжили масштабне технічне видовище попередніх років і довели свою приналежність до сучасної і вільної Європи.

Рішення країни приймати участь у конкурсі «Євробачення» не лише відображає її стосунки з Європою, а й формує уявлення міжнародної спільноти про конкретну країну та її культуру. Найкращим індикатором такого сприйняття країни та її артистів є думка глядачів, яка виявляється за допомогою телеголосування. Це допомагає сформувати імідж країни.

Багато країн за межами традиційних кордонів Європи використовують конкурс як можливість просування своєї «європейськості». Це засіб підтримки їхньої власної культурної ідентичності та наближення до європейських стандартів. Це може бути каталізатором прийняття країни як «своєї» на міжнародній арені, наприклад, країни, котрі знаходяться на шляху до вступу в

Європейський Союз, використовуватимуть такий конкурс для висвітлення дотичності та схожості власної культури, яка відповідатиме загальноєвропейським стандартам, таким чином, встановлюючи тісний зв'язок між собою та Європою.

Аналіз переможних виступів України на конкурсі «Євробачення» та виступів України за останнє десятиліття показує чітку тенденцію. Кожна презентація українських артистів на сцені конкурсу відображає унікальні цінності та традиції країни та українського народу. Акцент робиться на піснях, які не тільки цікаві з музичного погляду, а й мають глибокий підтекст, що відображає історичні події, національні символи та сучасні проблеми. Крім того, виступи на «Євробаченні» включають у себе не лише музику, а й танцювальні та візуальні елементи, що розкривають багатство культурних традицій та несе за собою певну символічність та алюзію на певні події.

Так сталося у 2023 році під час виступу гурту «TVORCHI», пісня не лише оспівувала незламних людей зі сталевими серцями [українців], а й продуманим номером, автором якого є український режисер Олег Бондарчук, посилала глядачу особливі сенси, як от алюзія на фото Дмитра «Ореста» Козацького, яке стало відображенням сили духу захисників Азовсталі.

Неможливо оминати стороною Пісенний конкурс Євробачення – 2024, фінал якого відбувся 11 травня у Мальме. Серед всіх учасників, виступ представників України вразив всіх своєю потужністю. Підготовку номера взяла на себе відома українська режисерка Таню Муїньо. Кожна хвилина та деталь виступу співачок була сповнена прихованими сенсами. Наприклад, образ Jerry Neil у виступі викликав чимало асоціацій серед глядачів. Костюм співачки був натхненний образом Архангела Михаїла, захисника, що бореться зі злом. Залізний обладунок на плечах - частина цього символу. Рвана та обпалена сукня Jerry Neil символізує силу та незламність. Одяг alyona alyona також був багатозначним. Важкий кейп з багатошаровими плечима показував труднощі, з якими стикаються сучасні жінки. «Тебе спалюють, штовхають. І ти на своїх плечах мусиш нести купу всього. Але ти встаєш, береш у руки меч і йдеш

боротися», - сказала про свій образ співачка. Крім того, деякі єврофани були захоплені моментом, коли з неба падали яскраві спалахи, нагадуючи зорепад. Проте, мало хто здогадувався, що це були фосфорні бомби, які падали на українців. Тіні людських силуетів українці пов'язували з душами померлих. Текст пісні підсилював ці асоціації: «Та з тобою завжди будуть з неба слідувати предки» [24].

Основний меседж їхнього виступу був у демонстрації сили та об'єднання жінок для важливої мети. Пісня, хоча і аполітична, але висвітлила складнощі та стійкість жінки, а також заклала глибокі сенси про події в Україні. Виступ нагадував, що навіть прості люди можуть досягти неймовірних висот, незважаючи на всі труднощі.

В епоху сучасних розваг, «Євробачення» значно виходить за межі простого музичного змагання, перетворюючись на багатогранний майданчик, який поєднує розваги з політичними та культурними посланнями. У цьому середовищі дозвілля артисти не лише розважають аудиторію, а й стають виразниками політичних сигналів – їхні виступи можуть віддзеркалювати внутрішній стан держави, її соціальний наратив та міжнародні прагнення. Саме через розважальну взаємодію з мільйонами глядачів формується уявлення про ту чи іншу націю.

Конкурс функціонує як універсальний простір глобального дозвілля, що водночас є децентралізованим – транслюється в сотні країн – і централізованим, адже столиця приймаючої держави стає головною сценою, символом національного представлення. Відтак, у рамках культурного дозвілля Євробачення не тільки задовольняє потребу в розвагах, але й виконує функцію неформальної політичної комунікації та змагання за культурний вплив.

Хоча «Євробачення» ґрунтується на принципі аполітичності, воно завжди було не лише музичною подією, а й полем політичних зіткнень. Правила конкурсу прямо забороняють учасникам виголошувати політичні тексти, промови або жести під час виступів, однак це не завадило використовувати «Євробачення» як платформу для політичних цілей.

Показовим прикладом є росія, що розглядала конкурс «Євробачення-2009» як можливість заявити про себе як про сучасну і доброзичливу країну і створити позитивний імідж своєї країни в міжнародному співтоваристві. Підготовка та організація заходу в Москві була досить дорогою, але витрати були виправдані зміцненням позицій росії на міжнародній арені, у тому числі, використовуючи конкурс, як частину власного мілітаризованого шоу. Варто зауважити, що відбувалось це після вторгнення російської федерації у Грузію.

Натомість Грузія у 2009 році, виявила бажання зі сцени «Євробачення» висловити свою позицію, щодо російського вторгнення в свою країну з промовистою піснею «We Don't Wanna Put In», але була усунута від участі Європейською Мовною Спілкою через «конфліктність» висунутої заявки та ніби то надто політичний анти-путінський контекст.

Ізраїль також відомий своїми політично насиченими виступами. У цьому ж 2009 році їхня пісня «There Must Be Another Way» мала на меті закликати до людяності та миру після конфлікту в Газі, але не містила жодних прямих посилянь на конфлікт. Цей виступ став історичним: вперше на Євробаченні виступали як євреї, так і араби, і вперше в конкурсі брали участь палестинці палестинського походження.

У Туреччині, де націоналізм і мілітаризм переплітаються на культурному рівні, Євробачення стає «державною мобілізацією». Конкурсанти стають «воїнами», а їхні успіхи і невдачі інтерпретуються як «перемоги» або «поразки» у «війні», яку треба виграти. Це поширює географічні, релігійні конфлікти та конфлікти на ґрунті ідентичності на міжнародну арену.

Останні політичні події у Європі, теж накладають свій відбиток на Євробаченні. Вторгнення росії до Криму призвело до зростання напруженості між державами. Відмова України від участі в конкурсі 2015 року відображала її конфлікт з росією, а пісні, надіслані росією, могли бути сприйняті як спроба вплинути на сприйняття її дій у світі, а вже у 2022 році, європейська мовна спілка виключила росію з Євробачення, про що йдеться у заяві: «Рішення відображає стурбованість тим, що у світлі безпрецедентної кризи в Україні включення

російської заявки до цього річного конкурсу призведе до погіршення репутації конкурсу» [17].

Можливо, таке рішення було зумовлено активністю громадськості у соціальних мережах, яка вимагала від організаторів конкурсу відсторонення Росії. Тому, серед керівних органів конкурсу проводились широкі консультації, щодо цього питання. Крім того, європейська мовна спілка також наголосила, що вона є аполітичною організацією, яка об'єднує мовників і прагне підтримувати суспільні цінності. У рішенні йдеться: «Ми продовжуємо захищати цінності культурного змагання, яке сприяє міжнародному обміну та взаєморозумінню, об'єднує публіку, відзначає різноманітність через музику та об'єднує Європу на одній сцені» [17].

Феномен дозвілля у випадку конкурсу «Євробачення» виступає не лише як форма культурного споживання, але й як платформа політичної участі та самовираження, що відбувається у формально аполітичному середовищі. Незважаючи на позиціонування конкурсу як суто музичного шоу, для мільйонів глядачів по всій Європі «Євробачення» є щорічною подією колективного дозвілля, яка інтегрує емоції, ідентичності та політичні позиції в межах популярної культури.

У цьому контексті дозвілля постає як простір символічної дії, де глядач, хоч і позбавлений прямого політичного інструментарію, все ж може виразити свої ставлення — через підтримку певних країн, інтерпретацію результатів чи участь у публічних обговореннях. Вибір пісні, стилістика виступу, символіка на сцені, навіть національні костюми — усе це розглядається глядачами не лише як розвага, а й як повідомлення про країну, її цінності, політичну позицію чи соціальні настрої.

Таким чином, дозвілля на прикладі «Євробачення» набуває функції м'якої політики: воно не лише відображає політичні настрої, а й сприяє формуванню культурно-політичних альянсів. Поведінка глядачів та журі у голосуванні — це акт, що має емоційний та політичний підтекст, навіть коли він здійснюється в межах музичного шоу. Участь у дозвіллі, таким чином, стає не пасивним

споживанням, а способом включення у глобальний політичний і культурний дискурс.

Дивлячись через призму голосування, можна простежити специфіку взаємодії між країнами, та глобальними політичними подіями. Так, у 2003 році Велика Британія, фінішувала з нулем балів, глядачі вважали, що такий результат був пов'язаний з її участю у війні в Іраку. Схожа ситуація трапилась і у 2021 році, Джеймс Ньюман, що представляв на конкурсі Сполучене Королівство з піснею «Embers» фінішував останнім, з нулем балів. Тому деякі шанувальники співака припустили, що його провальний результат є помстою за Брексит [12].

Зважаючи на правила голосування Пісенного конкурсу «Євробачення», громадяни не мають права голосувати за власну країну. Загальна тенденція полягає в тому, що країни, не маючи можливості голосувати за себе, часто голосують за своїх сусідів, союзників або країни зі схожою культурою. У процесі голосування країни можуть створювати «блоки», насамперед, для захисту своїх політичних та економічних інтересів. Глядачі та інколи професійне журі керуються географічною, культурною та мовною близькістю, а також релігійним, етнічним та історичним походженням. Важливо відзначити, що, незважаючи на важливість якості пісні, конкурсанти не завжди демонструють високий рівень виконання. Цей факт підкреслює важливість врахування культурних і соціальних зв'язків.

Наприклад, скандинавські країни часто ставлять одна одній високі бали під час голосування, така тенденція також простежується в країнах Східного і Балканського блоків. Крім того, існує факт голосування за ознакою «сусідства»: Греція і Кіпр, Румунія і Молдова, Португалія та Іспанія регулярно голосують одна за одну. Європейська мовна спілка звісно заперечує такі звинувачення, але, тим не менш, вони залишаються широко поширеними серед глядачів.

Євробачення також можна оцінювати в контексті соціальних аспектів, конкурс дає можливість дослідити сучасні європейські дебати про сексуальну політику та поміркувати про роль конкурсів у визначенні кордонів сучасної Європи та умов приналежності до неї. Виступи на Євробаченні - це більше, ніж

просто мірило музичної якості, вони відображають розмаїття та складність європейського культурного ландшафту.

Кожна країна-учасниця має власну ідентичність, етнічну приналежність та культурну спадщину. Кожна пісня, кожен виступ - це не лише музичний твір, але й національний та культурний символ. Наприклад, для невеликих країн або країн, що переживають політичні чи економічні труднощі, участь у конкурсі може стати важливим інструментом підтримки національної гордості та підтвердження ідентичності.

Зокрема, Євробачення є голосом гостросоціальних тем. Расизм, сексизм, дискримінація за ознакою сексуальної орієнтації, протидія домашньому насильству – це теми які є центральними у виступах багатьох учасників. Наприклад, у 2018 році пісня «Тоу» Нетти стала не лише хітом Євробачення, а й протестом проти традиційних гендерних стереотипів. Вона піднімає питання про те, як ми сприймаємо навколишній світ. Успіх пісні можна розглядати як відображення соціальних і політичних змін, спрямованих на прийняття різноманітності гендеру та сексуальності. Пісня стала феміністичним гімном, який кидає виклик нашим уявленням про традиційні ролі та стереотипи. Автори пісні Дорон Медалі та Став Бегер хотіли, щоб героїня пісні «Тоу» сприймалася як незалежна жінка, котра ніколи не буде іграшкою в руках чоловіка. Цією піснею автори також хотіли підтримати всіх жінок, які зіткнулися із сексуальними домаганнями, а виконавиця пісні сказала наступне: «Моя пісня не тільки про жінок, вона про всіх, хто бореться з начальством, з урядом... Мені так часто говорили, що я негарна, товста та дурна. Але я роблю те, що я хочу робити. Ось про це моя пісня. Кожен може займатися улюбленою справою та бути щасливою». В даному контексті пісня представляє Ізраїль як країну, що дотримується принципів ООН, і відображає прагнення держави вирішувати складні питання гендерного самовираження, самоприйняття та самоконтролю [35].

Не менш відомий виступ Кончіти Вурст на пісенному конкурсі «Євробачення-2014» теж відкрив нову еру у сприйнятті гендерних ролей та

ідентичності. Томас Нойвірт, який перевтілювався в Кончіту, вразив глядачів не лише потужним голосом, але й глибоким символізмом свого виступу. Пісня «Rise Like a Phoenix» стала не лише хітом, але й маніфестом за зміну уявлень про гендерну ідентичність. Перемога Кончіти Брусто стала кроком вперед у боротьбі за рівність та прийняття ЛГБТК+ ідентичності. Її міжнародна слава підвищила обізнаність про ці питання та сприяла формуванню більш толерантного та відкритого суспільства. Культуролог Завен Баблюян, прокоментував виступ наступним чином: «Таке враження, що консервативну громадськість образив саме стьоб над шанованим образом «транса». Адже нововведення Томаса Нойвірта полягає в тому, що він придумав і втілює неklasичний образ — пародію на трансвестита. Це не «гей-пропаганда», а іронія одночасно і над трансфобією, і над усталеною транс-модою. Образ Кончіти Вюрст — асексуальний. Цей дотепний візуальний жарт на Заході працює як «де-монстрація»: монстр стає настільки дивним, що вже й не страшний. У нас — навпаки, чим монстр безглуздіший, тим страшніший, і викликає ще більше жаху й гніву» [7].

Таким чином, участь країн у пісенному конкурсі «Євробачення» не лише створює можливості для артистів продемонструвати свої таланти на міжнародній сцені, але й має значний соціальний вплив. Вона заохочує культурний обмін, пропагує культурне розмаїття та сприяє формуванню спільної європейської ідентичності. Крім того, виступи на Євробаченні часто відображають соціальні та політичні тенденції, провокують дискусії та усвідомлення певних питань або підтримку певних цінностей.

3.2. Фестивальні рухи (фестивація) як феномен сучасності

Євробачення є масштабним фестивалем, проте не варто забувати про інші сучасні фестивалі, що перестали бути лише випадковими святковими подіями, а стали ширшою соціокультурною практикою, проявом «фестивації» культури. Згідно з думкою фахівців, фестивалі сьогодні розглядають як майданчики для

вираження способу життя ідентичності, політики і культури, а також як «засоби мобілізації та консолідації місцевих і глобальних спільнот» [28, с.4].

Люди інтенсивно «споживають» культуру через події: фестивалі виступають не просто розвагою, а унікальними культурними переживаннями, що формують цілісний культурний досвід. На відміну від традиційних святкувань, сучасні фестивалі перетворюються на періодичні заходи, що постійно «підпирають» календар дозвілля, витісняючи звичні форми відпочинку, фестивалі давно перестали бути «лише одноразовими подіями» і стали улюбленим способом того, як громадяни споживають та переживають культуру).

Унікальне середовище таких свят яскраво показує значимість культурного дозвілля в нашому сьогоденні. Безперечно, дослідження засвідчують, що фестивалі перетворюються на ключових рушіїв культурного туризму: вони забезпечують неповторні відчуття, що зачаровують туристів, водночас формуючи ідентичність і життєздатність місцевих громад. Інакше кажучи, фестивалі манять відвідувачів своєю тематикою, музичними виступами, художніми інсталяціями, а також особливою атмосферою.

В Україні щороку організовуються десятки таких дійств: зокрема, музичні фестивалі «Atlas Weekend» та «Атлас Мрій» у Києві, Zaxidfest у Львові, Respublica у Кам'янці-Подільському, «Файне місто» в Тернополі та інші; літературний та мистецький «Книжковий Арсенал» і мистецький «ГогольFest» у Києві. Ці заходи демонструють багатогранність жанрів: музичні, театральні, літературні, кіно- чи молодіжні фестивалі.

«Книжковий Арсенал», як приклад, постає як фестиваль інтелектуальний – як зауважують його творці, то є «щорічний проєкт Мистецького арсеналу, заснований 2011 року. Це інтелектуальна подія України, де розвиваються і взаємодіють книжкова, літературна, візуальна, музична та театральна сцени, порушуються і осмислюються вагомі питання буття людини, а також суспільства і культури, спонукаючи до проактивної позиції учасників і відвідувачів» [8]. Це демонструє, що фестивалі поєднують у собі різні творчі напрями й наукові дисципліни, заохочують креативний діалог між сферами. Усі наведені випадки

підтверджують: фестивалі сьогодні – це передусім форма культурного дозвілля, де гості активно пізнають культуру через участь, спілкування, взаємний обмін знаннями, а не тільки споглядають її пасивно. З огляду на це фестивація показує зрушення в культурній царині: культурні практики набувають масового поширення, що ґрунтується на концепції спільного культурного досвіду

Соціокультурний вимір фестивалів заслуговує на особливу увагу. Ці заходи формують тимчасові спільноти, в яких учасники відчують себе частиною унікального культурного феномену або субкультури – приміром, фани електронної музики, поціновувачі художніх проєктів або прихильники етнічних звичаїв. Культурні фестивалі сприяють соціальній єдності та культурному взаєморозумінню, зберігаючи культурну спадщину та культивуючи відчуття спільності. Вони дають можливість людям різних національностей і поколінь об'єднуватися на основі спільних поглядів чи зацікавлень. Зіткнення культурних традицій на фестивалях здатне «руйнувати стереотипи», формувати загальне відчуття приналежності та ідентичності, такі події сприяють міжкультурному обміну та взаємодії, допомагаючи долати упередження та розвиваючи відчуття спільної ідентичності та причетності. Усе це посилює соціальний капітал та сприяє утворенню взаємних зв'язків [1, с.206].

Фестивалі також є потужним інструментом збереження культурної ідентичності. Так, серед українців у діаспорі фіксуються думки, що фестивальні заходи є «важливими для збереження української культури, мови та спадщини» [30, с.67]. Отже, фестивалі, що проводяться для молоді та дітвори, сприяють передаванню спадку, утворюють простір для «гри з культурою» – це полегшує її збереження та розуміння. По суті, вони беруть на себе роль «діючого» музею: через співи, танці, рукоділля чи літературу учасники пірнають у культурний спадок своєї країни. В Україні, незважаючи на глобалізацію, фестивалі етнічного та фольклорного спрямування нагадують про національні коди, водночас модернізуючи їх представлення.

Економічний зиск від фестивалів є також значним. Вони генерують прибутки для суміжних галузей: ресторанного бізнесу, готельного господарства,

транспорту, продажу сувенірів та інших. Дослідження демонструють, що розвиток фестивального туризму є складовою стратегії економічної безпеки держави: вирішення питань туристичної сфери «має позитивний вплив на економічну безпеку країни» [11, с.31]. Спільні музично-гастрономічні, етнічні фестивалі створюють додаткові синергетичні переваги: вони породжують нові туристичні продукти, сприяють міжрегіональній взаємодії та залученню інвестицій. На практиці організатори заходів і влада впроваджують спеціальні програми маркетингові стратегії, інституційну підтримку, оскільки усвідомлюють, що фестивалі формують туристичний імідж регіону.

Наприклад, на Atlas Weekend, фестивалі в Києві, що за нетривалий термін перетворився на найбільший в Україні, виявляє вагомі фінансові та суспільні наслідки. Згідно з даними фахового видання, останній фестиваль, що відбувся до війни, зібрав приблизно 600 тисяч гостей протягом кількох днів, розгорнув понад шість сцен та запрошував відомих світових музикантів (The Chemical Brothers, Kasabian, Placebo та інші) [33]. Досягнення такого результату стало можливим завдяки доступній вартості квитків та значному розмаху заходу. Поряд з тим, фестиваль формує культурний капітал: він приваблює молодих людей і сприяє популяризації українських музичних та культурних брендів. По суті, фестивалі спонукають до зростання "креативної економіки", де успішність події значною мірою залежить від культурних послуг та вражень.

Отже, фестивальні явища постають вагомою частиною сьогоденного культурного дозвілля. Вони вміщують в собі компоненти розваг, просвіти та самовизначення. Фестивалі виконують подвійну функцію: з одного боку, вони є впливовим соціальним явищем, яке підтримує спільнокультурні практики, натомість з іншого - слугують важливим економічним чинником для регіонів та держав. Фінальним результатом фестивації стає збагачення культурного простору: суспільство відкриває нові шляхи самовираження та взаємодії, а особистості - мають нагоду сприйняти дозвілля як насичений спільний культурний досвід.

3.3. Вплив культурних цінностей на дозвілєві практики

Культура є невід'ємною частиною відпочинку та самовираження особистості, а право на вільну участь у культурному житті закріплено міжнародними правовими актами [9]. Культурні надбання – це здобутки спільноти: традиції, обряди, мистецькі шедеври, релігійні обряди – формують смисловий горизонт дозвілля. Вплив цих цінностей на добровільну діяльність виражається у виборі конкретних видів відпочинку, що відповідають світогляду та її культурно-інформаційним потребам.

В сучасних умовах це стосується таких сфер відпочинку, як туристичні мандрівки, відвідування музеїв та культурних закладів, хобі та гуртки за інтересами, а також фестивалі, творчі та онлайн-практики. Загально визнано, що саме культура дозвілля слугує важливим інструментом самовираження та пізнання власної ідентичності.

Культурні надбання відіграють визначальну роль у формуванні мотивів для подорожей. Культурний туризм демонструє високу динаміку зростання в туристичній індустрії. За статистикою ЮНЕСКО, частка культурного туризму становить приблизно 40% від загального обсягу міжнародних туристичних візитів [25]. Культурний туризм має на меті пізнання спадку та звичаїв іншого регіону або країни, охоплюючи відвідування історичних об'єктів, музеїв, фестивалів, а також участь у традиційних обрядах та місцевих святкуваннях. Ці подорожі часто спонукають до «отримання позитивного досвіду від споживання або створення культурних продуктів». Іншими словами, мандрівник розглядає подорож як шанс для власного розвитку, через знайомство з мистецтвом, архітектурою, духовними традиціями та повсякденним життям місцевого населення [16].

Культурні відмінності різних народів знаходять свій вияв у туристичних розвагах. Скажімо, для чималої кількості українців привабливими видаються мандрівки старовинними містами, подорожі унікальними локаціями або участь у народних святкуваннях. Після 2022 року в Україні помітно зросло значення

символічних місць: відвідини музеїв, що розповідають про війну, меморіальні комплекси, підкреслення історичної пам'яті стали складовою частиною дозвілля, їх розглядають як «територію ідентичності». Водночас зміни у глобальних цінностях та технологічні нововведення змінюють туристичне дозвілля: зокрема, розвиваються зацікавлення гастрономічними та крафтовими турами та креативним туризмом.

Як зазначає ЮНЕСКО, культурний туризм продовжує еволюціонувати під впливом “змін у способі життя, нових форм культури та творчості, а також цифрових інновацій” [26]. Все це відповідає ціннісним пріоритетам сучасних туристів: автентичності, освіти та індивідуальному досвіду.

Музеї в контексті впливу культурних цінностей на дозвіллі практики виконують не менш важливу місію, трансформуючи культурні артефакти у формат культурного відпочинку. Вони є багатограними закладами, що дбають про збереження та популяризацію культурно-історичної спадщини. Міжнародні інституції підкреслюють, що музеї є каталізаторами соціального прогресу та міжнародного порозуміння, слугують освітнім майданчиком: через інтерактивні експозиції вони розширюють обізнаність відвідувачів щодо етнічної та національної самобутності [19]. Відтак, похід до музею сприймається як просвітницьке дозвілля. Людина отримує задоволення, паралельно взаємодіючи з культурними цінностями, експонатами, архівними матеріалами, науковими знаннями. На практиці це проявляється у тому, що суспільні ціннісні орієнтації визначають зміст музейних програм. У державних та приватних музеях України пріоритетними є теми національної історії, етнографії та сучасного мистецтва, що відповідає суспільному інтересу до збереження спадку.

Насамкінець цифрові інновації створили нові види відпочинку, що також корелює із культурними надбаннями. Онлайн-сервіси дають можливість зануритися у світову культуру та паралельно підтримувати локальну. Досвід останніх років демонструє, що прагнення до «більше культури» відповідає збільшенню активності користувачів інтернеті: під час COVID-19 та війни українці активніше читали та слухали культурний контент онлайн. Отже,

незалежно від формату реального чи віртуального, культурні цінності формують тематику дозвілля: вони визначають, що людина вважає захопливим та значимим заняттям у свій вільний час.

Таким чином, роль традицій, національних рис та ціннісних настанов у формуванні дозвіллевих практик має ключове значення. З одного боку, саме ці цінності є основою культурних видів дозвілля, починаючи від народних свят і закінчуючи музейними експозиціями. З іншого боку, сучасні зміни, такі як глобалізація, війна та технологічний прогрес, впливають на потреби: більшої популярності набувають форми дозвілля, які відповідають потребам суспільства у збереженні власної ідентичності. Виходить, що культурні цінності та дозвілля перебувають у взаємодії: з одного боку, цінності визначають межі культурного дозвілля, а з іншого – зазнають змін під впливом самих дозвіллевих практик, породжуючи нові значення та перетворюючись на майбутні традиції.

ВИСНОВКИ

Дозвілля постає як складне багатовимірне соціокультурне явище, що динамічно еволюціонує під впливом історичних, економічних, технологічних та ідеологічних чинників. Воно відображає ціннісні орієнтири суспільства, рівень його цивілізаційного розвитку та особливості культурної парадигми певного часу. Теоретико-методологічний аналіз, ґрунтований на концепціях М. Вебера, Й. Гейзинґи, М. Каплана, Ж. Дюмазедьє та інших дослідників, засвідчує багатофункціональність дозвілля – від засобу релаксації до потужного механізму соціалізації, ідентифікації та культурної комунікації.

У контексті глобалізаційних процесів дозвіллева діяльність набуває нових форм та смислів. Вона стає платформою для міжкультурного обміну, формування глобальних трендів, водночас зберігаючи значущість локальних традицій. Глобалізація впливає на зміст дозвілля трансформуючи його в простір перетину і конкуренції цінностей, ідентичностей та культурних кодів.

Особливу роль у сучасних дозвіллевих практиках відіграє спорт, який перетворюється з фізичної активності на символічну арену суспільних і культурних значень. Спортивні події об'єднують людей, формують почуття спільності, слугують інструментом культурної дипломатії та патріотичного самовираження. Штучний інтелект також активно інтегрується у сферу дозвілля, замінюючи засоби комунікації, споживання культурного продукту та організації вільного часу.

Масове дозвілля та фестивація, як приклади колективної участі у культурних подіях, виявляють глибокі соціальні функції дозвілля: об'єднання, самовираження, символічне опрацювання реальності. Подібні форми стають дзеркалом суспільних змін і відображають актуальні настрої, потреби та цінності.

У сучасному світі дозвілля не лише відображає культуру, а й формує її. Саме через дозвіллеві практики транслиуються, закріплюються або трансформуються цінності, константи від національних традицій до універсальних етичних засад. Таким чином, культура дозвілля є важливим полем

для аналізу соціальних процесів, потребує сучасних управлінських підходів, інституційної підтримки та критичного осмислення потенціалу в умовах викликів сьогодення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабушка Л. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі : монографія. Київ : Видавець ПП Лисенко М. М., 2020. 272 с
2. Бойко О. Культура дозвілля у суспільстві ризику : монографія. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2011. 285 с.
3. Бочелюк В., Бочелюк В. Дозвіллезнавство. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/bocheluk.htm
4. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / пер. з нім. О. Погорілий. Основи, 1994.
5. Гейзинга Й. Homo ludenus. Основи, 1938. 250с.
6. Гончаренко В. І., Іваній В. І., Кудренко А. І. Олімпійський спорт : навч. посіб. Суми : Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. 364 с.
7. Гутик О. Кончітине «євробачення». *Високий Замок*. URL: <https://wz.lviv.ua/life/126925-konchityne-yevrobachennia>
8. Книжковий Арсенал. URL: <https://book.artarsenal.in.ua/>
9. Культура в умовах пандемії: аналіз проблем і наслідків | Cedos. *Cedos*. URL: <https://cedos.org.ua/researches/kultura-v-umovah-pandemiyi-analiz-problem-i-naslidkiv/>
10. Лембке А. Дофамінове покоління. Де межа між болем і задоволенням / пер. з англ. Наталія Яцюк. – К. : Лабораторія, 2021. – 208 с.
- Лупак Р. Аспекти розвитку фестивального туризму / Руслан Лупак, Вероніка Тарасюк, Христина Вархоляк // Галицький економічний вісник. — Т. : ТНТУ, 2020. — Том 66. — № 5. — С. 30–37.
11. Найгірший результат на "Євробаченні-2021": британський співак пояснив свій провал на конкурсі. *Наталка Лавринець*. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/lime/learn/2021-05-24/hudshiy-rezultat-na-evrovidenii-2021-britanskiy-pevets-obyyasnil-svoy-proval-na-konkurse/39800>
12. Ніколайчук Г. Спорт поза політикою. Київ : Самміт-Кн., 2024. 296 с.

- 13.Петрова І. В. Дозвілля. ВУЕ.
URL: <https://vue.gov.ua/FREEARTICLES:Дозвілля>
- 14.Петрова І. В. Раціоналістична парадигма дозвілля у працях Ж.-Ж. руссо. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2012. Т. 18, № 2. С. 77–82. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2012_18\(2\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2012_18(2)_19).
- 15.Подолян Я., Тимошенко І., Садова Н. Культурний туризм як інструмент відновлення та розвитку індустрії гостинності у повоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53.
URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-35>
- 16.Радіо Свобода. Росію виключили з «Євробачення» через війну проти України. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-eurobachennia-rosiya-vygnannia/31723541.html>
- 17.Рокіта З. Спорт у тіні імперій. Стосунки влади і спорту, життя видатних спортсменів, змагання / пер. з пол. О. Чупа. Фабула, 2019. 176 с.
- 18.Роль музеїв у культурному та соціально-економічному розвитку країни: зарубіжний досвід. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/rol-muzeiv-u-kulturnomu-ta-socialno-ekonomichnomu-rozvitku>.
- 19.Сотні смертей, хабарі та сім зайвих стадіонів: що не так із Чемпіонатом світу в Катарі? - Хмарочос. *Хмарочос*. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2022/11/20/sotni-smertej-habari-ta-sim-zajvyh-stadioniv-shho-ne-tak-iz-chempionatom-svitu-v-katari/>
- 20.Сторі Дж. Теорія культури та масова культура: вступний курс / пер. з англ. С. Савченка. Київ : Вид-во «Акта», 2005. 357с.
- 21.Телебачення Торонто. Шевченко, Ребров, Головка, Ващук, Сабо: Триумф України в Москві, 2024. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qJbEsxIAb2k>
- 22.Albert Meijer. Be my guest: nation branding and national representation in the eurovision song contest.

23. Alyona alyona і Jerry Heil виступатимуть у першому півфіналі "Євробачення-2024": про що їхня пісня. *theTime*. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/lime/learn/2024-05-03/alyona-alyona-i-jerry-heil-vyistupyat-v-pervom-polufinale-evrovideniya-2024-o-chem-ih-pesnya/57910>
24. Best S. Socio-Economic and cultural approaches to leisure. *Leisure studies: themes and perspectives*. 2010.
25. Cutting Edge | Bringing cultural tourism back in the game. *UNESCO*. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game>
26. Explainer: understanding sports diplomacy. *Meridian International Center*. URL: <https://meridian.org/news/explainer-understanding-sports-diplomacy/>
27. Festivalisation of culture. Taylor & Francis Group, 2014. 294 p.
28. Harnessing creativity. *UNESCO*. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/harnessing-creativity>
29. Hladka S. The role of the ukrainian festivals in preserving and promoting ukrainian culture and language. 2025.
30. Ikenberry G. J., Nye J. S. Soft power: the means to success in world politics. *Foreign affairs*. 2004. Vol. 83, no. 3. P. 136. URL: <https://doi.org/10.2307/20033985>
31. Julie Kalman, Ben Wellings, Keshia Jacotine. Eurovisions: Identity and the International Politics of the Eurovision Song Contest since 1956.
32. Lisa Henderson. Ukraine's Atlas Festival to return amid war. URL: <https://www.iq-mag.net/2024/06/ukraines-atlas-festival-to-return-amid-war/>.
33. Mancini J. A., Kaplan M. Leisure: theory and policy. *Contemporary sociology*. 1976. Vol. 5, no. 5. P. 688. URL: <https://doi.org/10.2307/2063411>
34. Netta: що варто знати про переможницю Євробачення-2018?. *hromadske*. URL: <https://hromadske.ua/posts/netta-shcho-var-to-znaty-pro-peremozhnytsiu-yevrobachennia-2018>

35. Rose A. M. Transactions of the fourth world congress of sociology, 1959. *American journal of sociology*. 1962. Vol. 68, no. 2. P. 251–252. URL: <https://doi.org/10.1086/223315>
36. Salmon R. Henry James, popular culture, and cultural theory. *The Henry James review*. 1998. Vol. 19, no. 3. P. 211–218. URL: <https://doi.org/10.1353/hjr.1998.0035>
37. Sherri Torjman. *Culture and recreation: links to well-being*. 2004.
38. Testa A. The ultras: an emerging social movement?. *Review of European Studies*. 2009. Vol. 1, no. 2. URL: <https://doi.org/10.5539/res.v1n2p54>
39. The origins of Eurovision. *eurovision.tv*. URL: <https://eurovision.tv/history/origins-of-eurovision>.
40. UEFA foundation for children. *UEFA.com*. URL: <https://es.uefa.com/news-media/news/0250-0f8e69d24760-f2d49770bfb1-1000--uefa-foundation-for-children/>
41. Ukrinform. Де дивитися благодійні матчі київського «Динамо». *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3456042-de-divitisa-blagodijni-matci-kiiivskogo-dinamo.html>
42. Wu M. Study on leisure and sports in the middle ages from the perspective of daily life. *Journal of education, humanities and social sciences*. 2023. Vol. 8. P. 292–296. URL: <https://doi.org/10.54097/ehss.v8i.4264>