

Цитування:

Стаценко М. О. Масове видовище як вияв перформативного мистецтва: візуальні стратегії репрезентації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2025. № 3. С. 101–106.

Стаценко Микита Олегович,
аспірант Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
<http://orcid.org/0009-0007-2555-5802>
mstatsenko@dakkkim.edu.ua

Statsenko M. (2025). Mass Spectacle as a Manifestation of Performative Art: Visual Strategies of Representation. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 3, 101–106 [in Ukrainian].

МАСОВЕ ВИДОВИЩЕ ЯК ВИЯВ ПЕРФОРМАТИВНОГО МИСТЕЦТВА: ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ

Мета статті – розкрити специфіку масового видовища як форму перформативного мистецтва, зокрема проаналізувати його візуальні стратегії, що забезпечують комунікативний та естетичний ефект у сучасному соціокультурному просторі; окреслити механізми взаємодії візуальної складової та перформативної дії, які формують нові практики репрезентації культурних сенсів у сучасному видовищі. **Методологія дослідження** становить поєднання системного та культурологічного підходів, що поєднує мистецтвознавчий аналіз, культурологічну інтерпретацію та семіотичний метод у дослідженні. Використано компаративний аналіз прикладів масових видовищ (фестивальних дійств, церемоній, урбаністичних перформансів та ін.), а також елементи візуальної антропології, які дозволяють розглянути видовищність як багатокомпонентну структуру.

Наукова новизна. У статті вперше запропоновано трактування масового видовища не лише як соціокультурного феномену, а і як автономної форми перформативного мистецтва, де візуальні стратегії виступають провідним засобом конструювання смислів. Наголошено на ролі синтетичної взаємодії образів, символів та просторових рішень у формуванні перформативного досвіду глядача. Виокремлено принципи візуальної драматургії, що визначають структуру масових видовищ та їх здатність впливати на колективну пам'ять та ідентичність. **Висновки.** Масове видовище постає як поліфонічна форма мистецького висловлювання, де перформативність реалізується через режисуру простору, використання візуальних метафор і символічних кодів. Візуальні стратегії забезпечують не лише естетичну виразність, а й комунікативну дієвість, актуалізуючи культурні архетипи та національні ідентифікаційні маркери. Отже, масове видовище виступає інструментом трансляції культурних цінностей та формування спільних сенсів у глобалізованому світі.

Ключові слова: масове видовище, перформативне мистецтво, візуальна стратегія, культурна репрезентація, видовищність, візуальна культура.

Statsenko Mykyta, Postgraduate Student, National Academy of Culture and Arts Management

Mass Spectacle as a Manifestation of Performative Art: Visual Strategies of Representation

The purpose of the article is to reveal the specifics of mass spectacle as a form of performative art, in particular, to analyse its visual strategies that provide a communicative and aesthetic effect in the modern socio-cultural space; to outline the mechanisms of interaction between the visual component and performative action that form new practices of representing cultural meanings in modern spectacle. **The research methodology** is a combination of systemic and culturological approaches, which combines art historical analysis, culturological interpretation and semiotic method in the study. A comparative analysis of examples of mass spectacles (festival events, ceremonies, urban performances, etc.) was used, as well as elements of visual anthropology, which allow us to consider spectacle as a multi-component structure. **Scientific novelty.** The article first proposes an interpretation of mass spectacle not only as a socio-cultural phenomenon, but also as an autonomous form of performative art, where visual strategies act as the leading means of constructing meanings. The role of the synthetic interaction of images, symbols and spatial solutions in the formation of the viewer's performative experience is emphasised. The principles of visual dramaturgy that determine the structure of mass spectacles and their ability to influence collective memory are highlighted. **Conclusions.** Mass spectacle appears as a polyphonic form of artistic expression, where performativity is realised through the direction of space, the use of visual metaphors and symbolic codes. Visual strategies provide not only aesthetic expressiveness, but also communicative effectiveness, actualising cultural archetypes and national identification markers. Thus, mass spectacle acts as a tool for the transmission of cultural values and the formation of common meanings in a globalised world.

Keywords: mass spectacle, performative art, visual strategy, cultural representation, spectacle, visual culture.

Актуальність теми дослідження. У сучасному культурному просторі масові видовища, починаючи від державних церемоній і масштабних фестивалів до урбаністичних перформансів, посідають особливе місце як форми публічної комунікації та мистецького висловлювання. Їхня важливість у сучасній динаміці культурного розвитку зумовлена не лише функцією розваги, а й здатністю формувати соціальні та культурні ідентичності, репрезентувати культурні цінності на локальному й глобальному рівнях та багато інших чинників.

Перформативне мистецтво, що інтегрує театральні, музичні, хореографічні та візуальні практики, актуалізує нові способи взаємодії глядача з художнім текстом. У цьому контексті масове видовище виступає унікальним феноменом, де естетичні й комунікативні стратегії поєднуються із соціокультурними функціями. Саме візуальний аспект, зокрема образність, символіка, просторові рішення та медіатизація події стають визначальними чинниками у створенні перформативного ефекту та емоційного впливу на аудиторію.

З культурологічної точки зору масове видовище постає як певна форма колективного ритуалу, що виконує функцію інтеграції та комунікації в суспільстві. Воно репрезентує не лише художні практики, але й ціннісні орієнтації суспільства, відображаючи культурні архетипи та національні ідентифікаційні маркери.

З огляду на зростаючу роль візуальної культури та потребу у пошуку нових форматів презентації культури в сучасному світі, дослідження масового видовища як прояву перформативного мистецтва є надзвичайно актуальним, що дозволяє зрозуміти механізми трансляції культурних сенсів у глобалізованому світі та визначити потенціал візуальних стратегій у формуванні ідентичності й культурних практик сучасності.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика масового видовища як культурного та мистецького феномена розглядалася у працях зарубіжних і вітчизняних дослідників, проте системне вивчення його візуальних стратегій залишається недостатньо розробленим. Концептуальні підходи до аналізу перформативності закладені у працях Р. Шехнера, який трактує перформанс як спосіб репрезентації та соціальної дії [23], та Е. Фішер-Ліхте, яка розглядає його як

«естетику перехідності» [21]. Дослідження американського вченого Н. Мірзоеффа заклали підґрунтя для осмислення візуальних стратегій у контексті візуальної культури [22].

В українському науковому дискурсі масові видовища, їхня естетика та соціокультурні функції вивчалися у працях з театрознавства, культурології та мистецтвознавства, що знайшло відображення у працях: Л. Бабушки, К. Гайдукевич, С. Зайченко, В. Калужської, Н. Кислої, О. Кочубейник, М. Крипчука, О. Логвінової, Г. Меднікової, Р. Набокова, М. Пашкевич, В. Романчишина, К. Станіславської, Н. Чернишевич та ін.

В контексті генези масової культури та масової комунікації, візуальної культури дане явище висвітлене в працях М. Абисової, В. Власової, Ж. Денисюк, А. Кириченко, Д. Кухарчук, Д. Усова.

Отже, хоча масове видовище розглядається як соціокультурний феномен та форма мистецької практики, питання його аналізу в руслі візуальних стратегій залишається недостатньо висвітленим, що й визначає мету цього дослідження.

Мета статті – розкриття специфіки масового видовища як форми перформативного мистецтва, зокрема аналізу його візуальних стратегій, що забезпечують комунікативний та естетичний ефект у сучасному соціокультурному просторі; окреслення механізмів взаємодії візуальної складової та перформативної дії, які формують нові практики репрезентації культурних сенсів у сучасному видовищі.

Виклад основного матеріалу. Масове видовище в сучасній культурі виступає унікальною формою поєднання мистецтва, соціальної дії та комунікації. Його специфіка полягає у здатності інтегрувати різні види мистецтва: театральне, музичне, хореографічне, візуальне у єдине синтетичне дійство, що створює перформативний ефект і спрямоване на колективне переживання. На відміну від традиційних сценічних практик, масове видовище має відкритий простір дії та включає глядача у процес співпереживання, створюючи ефект «участі» [23].

Згідно з концепцією Е. Фішер-Ліхте, перформативність мистецтва проявляється у «трансформаційній силі» дії, яка впливає не лише на художню форму, а й на глядача як активного учасника події [21]. Масове видовище реалізує цю ідею через візуальні стратегії: символіку, метафорику образів, просторові рішення та використання медіа.

Саме візуальний ряд, за Н. Мірзоеффом, стає «ключем до культурного коду», що визначає сприйняття та інтерпретацію події [22].

В українській культурі масові видовища мають глибокі традиції, що сягають як народних святково-обрядових практик, так і державних ритуалів ХХ століття. На думку вченої Л. Бабушки, «видовище як самоцінне явище культури характеризується певними визначеннями, до яких належать такі поняття як «видовищність», «видовищна культура», «видовищні практики», «видовищний час» тощо. Етимологічний аналіз поняття «видовище» сягає своїм корінням латинського слова «spectare» та однокорінних слів англ. «spectacle», фр. «spectacle», нім. «Spektakel», що у перекладі означає «дивитися, споглядати» [2, 111].

Аналізуючи генезу видовищ, О. Логвінова цілком слушно міркує, що «історично склалося, що людина прагне видовища, бо найбільшу кількість інформації про навколишній світ ми отримуємо через візуальне сприйняття подій чи явищ. Тому й видовищні засоби фіксації життєво корисної інформації, з яких виникли й розвинулись видовищні мистецтва, з'явилися в історії одними з найперших [14, 88].

В контексті розвитку масової культури превалюючою формою видовища стало шоу. Шоу як нова видовищна форма, на думку М. Абисової, «стала уможливлена інтерактивністю та адресністю нових мас-медіа, поступово відтісняє на периферію некарнавальні, смислові форми життя. Шоу – масова дія, в якій немає ні елітарності, ні справжньої егалітарності. На відміну від шоу, спектакль був дією, що творчо конструється і відображає реальність не як таку, а в її стислому, найбільш репрезентативному вигляді.

Повсякденність стала «алегоричною» [9, 111]. Разом із тим, А. Кириченко, зазначає, що шоу, функціонуючи на засадах масової культури, щільно вкоренилося в сучасному суспільстві. Насамперед дослідники визначають шоу як виставу, видовище, яке демонструється публічно для великої кількості глядачів з метою розважити, здивувати, вплинути на емоційний настрій публіки, інколи навіть шокувати її. Але, пройшовши етапи явища, феномена культури, шоу стає вже усталеним культурним продуктом сьогодення.

У ХХІ столітті вони отримують нові форми завдяки розвитку цифрових технологій, мультимедійних інсталяцій та інтерактивних форматів. Дослідники зазначають, що

видовищність у сучасному суспільстві виконує не лише естетичну, але й соціокультурну функцію, конструюючи ідентичності та формуючи колективну пам'ять. О. Кочубейник зазначає, що «сучасне життєве середовище людини вимагає від неї нових «технік проживання», продукує для неї нові умови виживання й нові схеми взаємодії з соціальною дійсністю вже без опори на трансцендентальну основу». Такою новою технікою, на її погляд, і є перформанс, оскільки поєднує у собі і непередбачуваність (як інструмент творення смислу, який вносить зовні у текст саме через «розломи раціональності»), і комунікативність як форму своєї реалізації [11, 70].

У цьому контексті погоджуємося також із думкою дослідниці Г. Меднікової, на думку якої «перформативне мистецтво створює також емоційне середовище, де виникає соціальний дотік, відчуття спорідненості з іншими. Підвищення соціальної інтеграції підвищує стійкість, якість життя кожного в суспільстві, що насамперед необхідно для людей у критичні часи їхнього існування (війна, природні катаклізми, ядерна загроза, еміграція), а у звичайних ситуаціях – для літніх людей, людей з обмеженими можливостями» [15, 197].

Важливим елементом сучасних видовищ є їхня здатність транслювати культурні архетипи й цінності, формуючи у глядача досвід «спільного переживання». Масові заходи – паради, фестивалі, міжнародні культурні акції не лише візуалізують культурні наративи, але й перетворюються самі на глобальні комунікативні події. Масове видовище як театралізована вистава, за твердженням Р. Набокова [16, 201], виражається в різноманітних культурних формах: свято, обряд, карнавал, публічний ритуал, балаган, спортивні й інші вистави. Для кожної з форм характерна своя специфіка, хоча сутнісною якістю залишається ігрова дія. Оскільки передумовами театралізованої вистави є народна і масова культура, вона має фольклорну й, водночас, стереотипну, іміджеві складові. Естетичні ознаки театралізованого видовища – синтетичність художнього та документального матеріалу, обігравання культових ідей, ефект співпереживання і співучасті глядача в будь-якому дійстві.

У культурологічному аспекті важливим є вивчення того, як візуальні стратегії видовища сприяють трансляції культурних сенсів. Одним з важливих аспектів, які суттєво впливають на аналіз видовищ є аспект візуалізації сучасної

культури, що, на думку М. Пашкевич [17, 110], пояснюється децентрацією духовної культури, її мозаїчним та фрагментарним характером, втратою великих ідеологій, що "цементували" духовне життя суспільства обумовлюють особливу увагу науковців до культури, до видовищних форм.

Візуальна драматургія, використання символіки та медіатизація простору забезпечують створення «загальної мови», зрозумілої для багатьох соціальних груп і культур.

Сучасні українські дослідники підкреслюють, що видовищні практики актуалізують культурні архетипи й водночас демонструють відкритість до глобальних мистецьких тенденцій. Так, як пише Л. Бабушка, «видовище як універсальне явище культури, характеризуючись залежністю від соціально-культурних й політичних умов життя та високою адаптивністю до них, виконує численні функції (комунікативну, виховну, розважальну, естетичну, інші). Актуалізація останніх відбувається відповідно до нагальних проблем сьогодення, тому в сучасній культурі України пріоритетною є функція соціальної регуляції й формування суспільної думки. На відміну від традиційної культури, де означена функція реалізувалася шляхом дотримання сакральних звичаїв та обрядів, в сучасному суспільстві видовище реалізує цю функцію у форматі імітативних практик та численних культурних інтерпретацій» [2, 114].

Це дозволяє трактувати масове видовище як феномен «подвійної репрезентації»: воно одночасно відображає традиційні культурні коди та пропонує їхнє нове, модернізоване прочитання у світовому контексті.

Аналізуючи візуальні стратегії масових видовищ, виокремимо кілька ключових принципів:

Візуальна драматургія: включає послідовність і логіку образів, що створюють цілісний наратив.

Символічність: передбачає використання культурних кодів, які впізнавані широкою аудиторією.

Просторова режисура – це насамперед організація простору так, щоб глядач відчував себе учасником дійства.

Медіатизація: передбачає активне застосування відео-, світлових та інших численних мультимедійних технологій, що посилюють емоційний ефект та вплив на глядачів.

Отже, масове видовище у площині культурологічного аналізу постає як форма колективного ритуалу, де візуальні стратегії стають основним інструментом комунікації. Воно виконує функцію трансляції культурних смислів, актуалізації ідентичності та формування нових моделей культурного діалогу в умовах глобалізації.

Наукова новизна. У статті вперше запропоновано трактування масового видовища не лише як соціокультурного феномена, а й як автономної форми перформативного мистецтва, де візуальні стратегії виступають провідним засобом конструювання смислів. Наголошено на ролі синтетичної взаємодії образів, символів та просторових рішень у формуванні перформативного досвіду глядача. Виокремлено принципи візуальної драматургії, що визначають структуру масових видовищ та їх здатність впливати на колективну пам'ять та ідентичність.

Висновки. Тож проведене дослідження дозволяє визначити масове видовище як складний соціокультурний феномен, що поєднує у собі мистецькі, комунікативні та ритуальні функції. Його специфіка полягає у синтетичному характері, оскільки воно інтегрує театральні, музичні, хореографічні, візуальні, мультимедійні та інші практики, формуючи нові формати колективного переживання.

Перформативна природа видовища виявляється у його здатності трансформувати простір і час, створюючи особливу атмосферу співучасті та залучення глядачів до активної інтерпретації культурних сенсів. Візуальні стратегії репрезентації масових видовищ проявляються насамперед через символіку, метафоричність образів, просторові рішення, медіатизацію, що відіграють провідну роль у конструюванні емоційного впливу на аудиторію. У культурологічному аспекті масове видовище постає як форма колективного ритуалу, що сприяє збереженню й трансляції культурної пам'яті, утвердженню національної ідентичності та водночас відкриває простір для міжкультурного діалогу. Отже, дослідження масового видовища у руслі перформативного мистецтва та візуальної культури дозволяє по-новому осмислити його місце у сучасному культурному процесі.

Література

1. Абисова М. А. Видовище як форма масової комунікації в умовах комунікаційного плюралізму. *Вісник Національного авіаційного*

університету. *Філософія. Культурологія*. 2011. № 2. С. 109–112.

2. Бабушка Л. Д. FESTIVE видовище як феномен візуальної медіакультури. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури* : зб. наук. праць. Вип. XXXVIII. Київ : Міленіум, 2017. С. 3–14.

3. Власова А. Ю. Масова культура: сучасні аспекти дослідження. *Вісник НАКККиМ*. 2014. № 2. С. 97–102.

4. Гайдукевич К. Видовище та видовищність в сучасній культурі України. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2019. Вип. 33. С. 110–116.

5. Гайдукевич К. А. Масове свято як соціокультурний феномен. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Культурологія*. 2016. Вип. 23. С. 105–112.

6. Денисюк Ж. З. Візуальна комунікація як феномен масової культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2022. № 2. С. 9–14. DOI: 10.32461/2226-3209.2.2022.262194.

7. Зайченко С. М. Збереження національних традицій у мистецтві естрадного видовища у світлі процесі глобалізації. *Вісник НАКККиМ*. 2014. №4. С. 117–122.

8. Калужська В. О. Естрадне мистецтво як засіб інституалізації масових видовищ. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2014. Вип. 33. С. 179–186.

9. Кириченко А. О. Шоу як феномен масової культури: сутнісні ознаки й функції. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 109–119

10. Кисла Н. В. Театральне видовище ХХ–ХХІ століття та специфіка його образного узагальнення. *Молодий вчений*. 2018. № 2 (54). С. 99–102

11. Кочубейник О. М. Перформанс як інструмент локальних ідентичностей. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки*. 2013. Вип. 42. С. 68–74.

12. Крипчук М. В. Тональний образ масового театралізованого видовища в контексті створення загальносценічного художнього образу. *Вісник НАКККиМ*. 2018. №1. С.187–191.

13. Кухарчук Д. В., Усов Д. В. Видовища у контексті масової культури. *Гуманітарний дискурс суспільних проблем: минуле, сучасне, майбутнє* : матеріали Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю (Черкаси, 21 квітня 2022 р.). Черкаси, 2022. С. 43–45.

14. Логвінова О. О. Тенденції трансформації театралізованих жанрів та форм сучасної видовищної культури. *Вісник ХДАДМ*. 2014. №7. С. 87–91.

15. Меднікова Г. С. Соціально-культурологічні аспекти перформативного мистецтва. *Культурологічний альманах*. 2022. Вип. 4. С. 194–200.

16. Набоков Р. Г. Театр масових видовищ: культурно-історичний аналіз. *Культура України*. 2013. Випуск 41. С. 199–206.

17. Пашкевич М. Зміст і типологія видовищ як особливої форми культури. *Культура і сучасність*. 2009. №2. С. 106–110.

18. Романчишин В. Г. Видовище як складова сучасної культури: до постановки проблеми. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. №1. С. 213–216.

19. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури : монографія / вид. 2-е, перероб і доп. Київ : НАКККиМ, 2016. 352 с.

20. Чернишевич Н. І. Масове видовище: символічний зміст та форми. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Культурологія*. 2016. Вип. 23. С. 112–117.

21. Fischer-Lichte E. The Transformative Power of Performance: A New Aesthetics. London : Routledge, 2008. 239 p.

22. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. London ; New York : Routledge, 1999. 274 p.

23. Schechner R. Performance Studies: An Introduction. 3rd ed. New York ; London : Routledge, 2013. 382 p.

References

1. Abysova, M. A. (2011). Spectacle as a form of mass communication in conditions of communication pluralism. *Bulletin of the National Aviation University. Philosophy. Cultural Studies*, 2, 109–112 [in Ukrainian].
2. Babushka, L. D. (2017). FESTIVE spectacle as a phenomenon of visual media culture. *Current Issues in History, Theory and Practice of Artistic Culture*, XXXVIII, 3–14 [in Ukrainian].
3. Vlasova, A. Yu. (2014). Mass culture: contemporary aspects of research. *Bulletin of the National Academy of Culture and Arts*, 2, 97–102 [in Ukrainian].
4. Haidukevych, K. (2019). Spectacle and Spectacularity in Contemporary Ukrainian Culture. *Ukrainian Culture: Past, Present, Paths of Development*, 33, 110–116 [in Ukrainian].
5. Haidukevych, K. A. (2016). Mass celebrations as a sociocultural phenomenon. *Ukrainian Culture: Past, Present, and Development. Cultural Studies*, 23, 105–112 [in Ukrainian].
6. Denysiuk, Zh. Z. (2022). Visual communication as a phenomenon of mass culture. *Herald of the National Academy of Culture and Arts Management*, 2, 9–14. DOI: 10.32461/2226-3209.2.2022.262194 [in Ukrainian].
7. Zaichenko, S. M. (2014). Preservation of national traditions in the art of variety shows in the light of the process of globalisation. *Bulletin of the National Academy of Culture and Arts*, 4, 117–122 [in Ukrainian].
8. Kaluzhska, V. O. (2014). Variety art as a means of institutionalising mass entertainment. *Current Issues in History, Theory and Practice of Artistic Culture*, 33, 179–186 [in Ukrainian].
9. Kyrychenko, A. O. (2021). The show as a phenomenon of mass culture: essential features and

functions. *Issues of Cultural Studies*, 38, 109–119 [in Ukrainian].

10. Kysla, N. V. (2018). Theatrical spectacle of the 20th–21st centuries and the specifics of its figurative generalisation. *Young Scientist*, 2 (54), 99–102 [in Ukrainian].

11. Kochubeinyk, O. M. (2013). Performance as a tool of local identities. *Scientific Journal of the M.P. Drahomanov National Pedagogical University. Series 12: Psychological Sciences*, 42, 68–74 [in Ukrainian].

12. Krypchuk, M. V. (2018). The tonal image of a mass theatrical spectacle in the context of creating an overall artistic image. *Bulletin of the National Academy of Culture and Arts*, 1, 187–191 [in Ukrainian].

13. Kucharchuk, D. V., & Usov, D. V. (2022). Spectacles in the context of mass culture. *Proceedings of the All-Ukrainian scientific conference with international participation 'Humanitarian discourse of social problems: past, present, future' (Cherkasy, 2022, April 21)*, 43–45 [in Ukrainian].

14. Lohvinova, O. O. (2014). Trends in the transformation of theatrical genres and forms of contemporary entertainment culture. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 7, 87–91 [in Ukrainian].

15. Mednikova, H. S. (2022). Socio-cultural aspects of performative art. *Cultural Studies Almanac*, 4, 194–200 [in Ukrainian].

16. Nabokov, R. H. (2013). Theatre of mass entertainment: cultural and historical analysis. *Culture of Ukraine*, 41, 199–206 [in Ukrainian].

17. Pashkevych, M. (2009). Content and typology of spectacles as a special form of culture. *Culture and Modernity*, 2, 106–110 [in Ukrainian].

18. Romanchyshyn, V. H. (2018). Spectacle as a component of contemporary culture: towards a formulation of the problem. *Herald of the National Academy of Culture and Arts Management*, 1, 213–216 [in Ukrainian].

19. Stanislavska, K. I. (2016). Artistic and entertainment forms of contemporary culture. *NAKKKiM* [in Ukrainian].

20. Chernyshevych, N. I. (2016). Mass spectacle: symbolic content and forms. *Ukrainian Culture: Past, Present, and Paths of Development. Cultural Studies*, 23, 112–117 [in Ukrainian].

21. Fischer-Lichte, E. (2008). *The Transformative Power of Performance: A New Aesthetics*. Routledge [in English].

22. Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge [in English].

23. Schechner, R. (2013). *Performance Studies: An Introduction*. 3rd ed. Routledge [in English].

*Стаття надійшла до редакції 01.08.2025
Отримано після доопрацювання 03.09.2025
Прийнято до друку 10.09.2025
Опубліковано 30.09.2025*