

ЩЕРБАНЬ Олена

**ЕТНОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ
«ЧОРНЕ ГОНЧАРСТВО КОТЕЛЬВИ» ЯК МОДУС
КОМУНІКАЦІЇ-ВЗАЄМОДІЇ З ГРОМАДОЮ ТА СВІТОМ**

Наразі всеохоплююча і невіддільна комунікація і всі царини людського життя настільки є суцільно злитими, що складається ілюзія їх тотожності, синонімічності з самим життям, як необхідної необхідності. Комунікація – це процес *взаємодії* для забезпечення обміну: інформацією, фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо, з метою досягнення *взаєморозуміння і отримання довіри*; це і шляхи сполучення-єднання, лінії зв'язку, а також

процес утворення спільнот (одностайностей, згод) і монолітної чи точкової взаємодії. Отже, комунікація чиниться розмаїтими засобами.

У рамках загальнотеоретичної етнології дослідження засад комунікації науки і етносу є недостатніми, тобто поки що *більше досліджень заради самих досліджень*. Попри все, сучасна етнологія розвивається згідно вимог часу. Окрім теоретико-пізнавальної, культурно-освітньої, практично-прикладної, важливою та актуальною, особливо нині, є прогностична функція науки [2, С. 8]. Актуалізувалися й такі завдання етнології як з'ясування ролі й місця українського етносу, його світоглядних праоснов, семіотичного феномена народної культури в європейському та світовому контексті та вироблення конкретних рекомендацій для урядів держав щодо вирішення етнічних і міжетнічних проблем та конфліктів. *Сьогодні потребує продукування наукових розслідувань, які можна було б зреалізувати повністю чи хоча б частково у практичній площині, своєчасно відреагувавши на виклики сучасності, отримавши максимум вигоди для індивіда та суспільства, в тому числі, чи мабуть таки в першу чергу, задовольнивши соціально-економічні, культурно-історичні, мистецько-естетичні, туристично-пізнавальні запити.*

Тому обрала актуальною науково-практичною задачею комунікацію порозуміння між наукою та спільнотами різних рівнів саме через моє планове етнологічне дослідження однієї з громад Полтавщини – Котелевської, на території якої, зокрема в Котельві, понад століття тому побутувало «чорне гончарство», яке нині не є живим, з урахуванням в першу чергу виявлених у цьому процесі, а також сформованих ним, потреб місцевої, котелевської, спільноти. Незважаючи на те, що наявної джерельної бази вкрай обмаль, у пам'яті місцевих мешканців етнографічних фактів про гончарство Котельви минулих століття теж вкрай мало, про що свідчать зібрані матеріали польових експедицій автора упродовж 2023–2025 років, все ж вважаю доволі перспективним заявлене дослідження у призмі комунікації. А саме: локальної, міжрегіональної, міжкультурної, міжнародної комунікативної взаємодії через виконання-реалізацію етнологічного дослідження із залученням потенціалу туризму. Отже, спробую описати інтеграцію етнологічного дослідження, комунікації-взаємодії з місцевою громадою та іншими етноспільнотами навіть поза межами України та туризм як, на мою думку, найбільш толерантну форму самоідентифікації і самопроявлення. В зв'язку з цим видається актуальною і сучасною тема комунікації-взаємодії етнологічного дослідження, туристичної галузі локального осередку гончарської культури та насамперед місцевої громади на прикладі нині досліджуваної мною теми чорного гончарства Котельви в Полтавщині. Також у даній студії пропоную маршрутні напрями подолання бар'єрів у структурі комунікації «наука-спільнота» на прикладі однієї зі складних, бо ще нерозпрацьованих тем культурної спадщини. Зазначу, що поки що у правильності обраного мною шляху, мені не вдалося переконати моє найближче наукове середовище – моїх колег із Відділу народного мистецтва Інституту Народознавства НАН України. Хоча це в свою чергу дає мені додаткову підставу вважати обраний мною новаторський напрямок правдивим.

Комунікація у будь-яких її формах є надважливою для життя громади, для підтримки і розбудови в ній же спільноти, для якої є важливим розвиток громади через туризм саме на основі локальної етнокультури. Це є базовим і ключовим елементом. Моє ж дослідницьке завдання зробити так, аби чорне гончарство вже всі знали, любили і всі хотіли бути причетними до його відродження в новітніх формах, вигідних Котелевській громаді насамперед.

Найбільшою комунікативною цінністю буде напрацьований рівень довіри в громаді до лідера чи лідерів думок по чорне місцеве гончарство, до потенційних вигод для всіх, бо в кінцевому рахунку виграють всі. Важливо знайти переконливі аргументи і наукові і економічні і ментально-етичні. Комунікація – це ж і про рівень захищеності, про стабільність, про безпекову, фінансову і колективну рівновагу. Це самореалізація і задоволеність від життя в даній громаді, покращення його якості навіть в умовах дисбалансу. Як ось в сусідній Опішні, розвинений гончарний туристичний бренд є засобом комунікації із зовнішнім світом навіть в умовах великої війни. Мною виявлені існуючі бар'єри, певну

опірність місцевих мешканців у Котельві – бо зневіра, лінь, а ще зневага до народного. Бо робити треба, і треба спішний результат. Подолати спроможна все це комунікація на основі культурної гончарної і недослідженої, а значить, невідомої спадщини Котельви для самих же спадкоємців, це насамперед про бренд громади, це про кожного котелевця окремо і загалом. Це про сам бренд села і його впізнаваність. Все це існує поки що лише у вигляді гіпотез у мене в чорновому варіанті майбутньої монографії. Комунікація через етнологічне дослідження це про сучася, про тепер, про побудову спільноти якій я пропоную і даю щось корисне для неї, а вона віддячує мені і саме цим відрізняється від мережі. Комунікація це про високий рівень довіри у спільноті, а значить про потенціал руху далі. Комунікація – це зв'язки між одним з одним і зі світом. Це пошук і знаходження однодумців.

Міжнародна, міжкультурна, міжрегіональна, а також комунікація наука-суспільство (громада)-наука всередині країни навіть в епоху стрімких глобальних насамперед політичних змін, соціально-економічної турбулентності, і навіть в умовах війни, бо коли ж ще як не зараз? – через туристичну індустрію можлива, ба навіть, уже здійснима. Туризм є толерантним засобом міжкультурної комунікації всередині країни та міжнаціональної – зовні. Комунікаційний потенціал в туристичній індустрії є частиною вивчення еволюції туризму як економічного і соціального явищ. Є особливості комунікативного потенціалу як важливого компонента у системі управління індустрією туризму [3]. Комунікація – складова будь-якої реальної діяльності, що націлена на результат та являє собою частину економічного аналізу [1].

Гуманістична функція відображується в туризмі як засіб для реалізації міжособових відносин, як форма міжособистісних комунікацій. Тобто туризм забезпечує масові туристичні безпосередні контакти, які здатні гуманізувати безособові культурні, економічні, політичні або міжжетнічні зв'язки. Ці функції дають змогу зробити висновок, що туризм забезпечує не тільки комунікацію, а й надає можливість пізнання інших культур, людей, традицій та сповіщення їм про нас. Також важливо зазначити, що туризм здатний впливати на процес формування ціннісних та світоглядних орієнтацій людини, а іншими словами – виховувати та соціалізувати

Отже, вбачаю потужний комунікаційний потенціал етнологічних досліджень і наприклад, туризму. Роблю спільними, повідомляю, з'єдную спільноту спільними-гуртовими спільнотями-одностайностями стосовно важливості і перспективності розвою громади через етнотуризм в основі якого – досліджена народна культура – зокрема унікальна в регіоні культура гончарювання «по-чорному». Обрала напрямком наукового розсліду надважливої у сьогоденні не міжнародної і навіть не міжрегіональної культурної комунікації, а саме комунікації науковець-громада з метою ефективної взаємодії. В результаті якої науковець, тобто я, зможу на основі наукового аналізу створити науковий продукт, а громада отримає промо на всіх рівнях та апробовані і ефективні не лише комунікативні інструменти, а також ефект від їх застосування. В міжнародній комунікації україномовний і якісний контент, яким є насамперед етнологічні дослідження, нестиме правильні меседжі, принаймні заряджені на позитив у пропаганді свого. У тому числі це позитив у економічному аспекті та сповіщенні про права на своє, ідентичне, у комунікації. Попереду розпрацювання структури комунікаційної стратегії для реалізації задуманого.

Навіщо я це роблю? І що буде, коли я цього не робитиму – нічого не буде. Невідомість і забуття. Бо ніхто зараз цього робити не буде, бо «не на часі». А в мене, завдяки плановій науковій темі, виникла ідея брендуння котелевського колишнього осередку. Я причетна до витворювання суспільно значущої ідеї. Окрім того, маючи певний практичний довід у туризмі, у бредуванні, сама по собі я є брендом і сама є медіа (самостійно продукую меседжі), експерт, створюю практичні кейси, надихаю інших, рухаю людей – пишу по суті про мою сьогоденну реальність – про те як я комунікую зі світом, впевнена, що створена мною спільнота в Котельні відгукнеться, результат є і буде ще. Бо докладаю зусиль, «стукаюся без обмежень», бо розвіртуалена – розумію реальність реальності. Бо ця комунікація з Котельвою – це інфо-привід, це крутий контент, який вартує зробити

системним. Бо я здатна сама собі зробити аудиторію, повернути її увагу – найвищу сьогоднішню цінність – увагу! Я виграю вже, бо я вже видима, бо я є! Я є динамік, голос і явище, бо я проявлена в публічному просторі і сама створюю свій простір, що стає публічним.

Література

1. Сидорова А. В. (2016). Статистичний аналіз туризму на основі в'їзного та виїзного туристичних потоків. *Економіка і організація управління*. 4(24). 100-106.
2. Утвенко В. В. (2017). Етнологія: навчальний посібник. Київ: ДП «Видавничий Дім «Персонал». 244.
3. Язіна В. А. (2019). Сутність комунікативного потенціалу в індустрії туризму. *Вісник Хмельницького національного університету*. 4. 1. 184-186.



**Ministry of Education
and Science of Ukraine**



**National University of Life
and Environmental Sciences of
Ukraine**



**Faculty of Humanities
and Pedagogy**



**Дипломатична
академія
України**



**University of
Reading**

**NATIONAL UNIVERSITY OF LIFE
AND ENVIRONMENTAL SCIENCES OF UKRAINE
Faculty of Humanities and Pedagogy
Department of Philosophy and International Communication**

**INTERNATIONAL AND INTERCULTURAL COMMUNICATION
IN SHAPING UKRAINE'S IMAGE:
DEVELOPMENT STRATEGIES**

**MATERIALS
OF THE INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE**

May 01, 2025

Kyiv

Міжнародна і міжкультурна комунікація у формуванні іміджу України: стратегії розвитку: зб. матеріалів Міжнародної наук.-практ. конф. Київ, 01 травня, 2025 р. Київ: Міленіум, 2025. 178с.

Збірник укладено за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «Міжнародна і міжкультурна комунікація у формуванні іміджу України: стратегії розвитку», що її провела кафедра філософії та міжнародної комунікації гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України. Наповнення рубрик синхронізовано з основними напрямками роботи конференції.

Видання розраховано на науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

The collection is compiled on materials of the International scientific and practice conference «International and intercultural communication in shaping Ukraine's image: development strategies» a held by the Department of Philosophy and International Communication of the Faculty of Humanities and Pedagogy of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. All the materials are synchronized with the guidelines of the conference.

Forscientists, lecturers, postgraduates, students.

Редакційна колегія:

Шинкарук В.Д., д-р філ. наук, проф. (голова); Балалаєва О. Ю., канд. пед. наук, доц., Вакулик І.І., канд. філ. наук, доц.; Культенко В.П., канд. філос. наук, доц., Лаута О.Д., канд. філос. наук, доц., Савицька І.М., канд. філос. наук, доц., Христюк С.Б., канд. іст. наук, доц.

Схвалено до друку на засіданні вченої ради
гуманітарно-педагогічного факультету, протокол № 9 від 17.04.2025

Тези подано в авторській редакції.

Автори тез відповідають за достовірність викладеного матеріалу,
за правильне цитування джерел, покликання на них і засвідчують відсутність плагіату.

Передруковувати опубліковані в збірнику матеріали
дозволяється тільки за згодою авторів.

© НУБіП України, 2025
© Автори, 2025