

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Гуманітарно-педагогічний факультет**

**ПОГОДЖЕНО**

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**

**Декан гуманітарно-педагогічного  
журналістики та мовної комунікації**

**Завідувач кафедри факультету**

\_\_\_\_\_ Інна САВИЦЬКА

\_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**СТВОРЕННЯ МЕДІАПРОДУКТУ «ЕТНОКУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ ПОНОВОМУ: УКРАЇНСЬКА КУХНЯ В СУЧАСНОМУ ФОРМАТІ» ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАВ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Спеціальність 061 Журналістика

Освітня програма Журналістика

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

**Гарант освітньої програми**

доктор філол. наук, професор \_\_\_\_\_ Микола СТЕПАНЕНКО

**Керівник магістерської кваліфікаційної роботи**

доктор філол. наук, професор \_\_\_\_\_ Тетяна СЕМАШКО

**Виконав** \_\_\_\_\_ Катерина КОТЕНКО

**КИЇВ – 2025**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри  
журналістики та мовної комунікації  
д.ф.н., професор \_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р

**ЗАВДАННЯ**

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студенту  
**Котенко Катерині Віталіївні**

Спеціальність      061 Журналістика  
Освітня програма   Журналістика  
Орієнтація освітньої програми      освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Створення медіапродукту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» для популяризації українських національних страв у сучасному суспільстві»  
Затверджена наказом ректора НУБіП України від «20» листопада 2024 року №2069 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру «01» листопада 2025 року  
Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: розробка та створення медіапродукту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» для популяризації українських національних страв у сучасному суспільстві.

Перелік питань, що підлягають дослідженню: розглянути поняття української національної кухні як елемента етнокультурної спадщини та її значення у формуванні національної ідентичності; проаналізувати трансформацію традиційних українських страв у контексті сучасних кулінарних тенденцій і гастрономічної моди; дослідити вплив глобалізаційних процесів і креативної індустрії на сучасне осмислення українських кулінарних традицій; розкрити особливості подання українських страв у сучасних медіа, ресторанних концепціях та соціальних мережах; визначити роль інноваційних форматів — фудфестивалів, кулінарних шоу, гастротуризму – у популяризації української кухні в сучасному культурному просторі.

Дата видачі завдання «12» жовтня 2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Тетяна СЕМАШКО  
Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Катерина КОТЕНКО

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	2
ЧАСТИНА 1. МЕДІАПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ .....	5
ЧАСТИНА 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ .....	11
1.1. Особливості аудиторії проєкту.....	11
1.2. Аналіз конкурентного середовища .....	18
1.3. Концептуальні засади створення медіапродукту.....	31
Висновки до першого розділу.....	49
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ.....	51
2.1. Інформаційний привід .....	51
2.2. Авторська ідея / концепція інформаційного продукту (медіа) .....	54
2.3. Загальна характеристика проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі».....	61
Висновки до другого розділу .....	67
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ.....	71
3.1. Канали поширення інформаційного продукту/ платформи оприлюднення.....	71
3.2. Концепція просування контенту.....	74
3.3. Оцінка ефективності проєкту.....	77
Висновки до третього розділу.....	86
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	92
ДОДАТКИ.....	99

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Медіаіндустрія сучасної України знаходиться у процесі активної трансформації, що характеризується переосмисленням традиційних форматів передачі інформації та пошуком інноваційних підходів до комунікації з аудиторією. Особливої актуальності цей процес набуває в контексті популяризації етнокультурних традицій, які становлять фундаментальну основу національної ідентичності. Українська кухня як невід'ємний компонент нематеріальної культурної спадщини потребує сучасних форм репрезентації, які відповідатимуть запитам цифрового суспільства, зберігаючи автентичний зміст і культурну значущість традиційних кулінарних практик. Актуальність теми магістерської роботи зумовлена низкою важливих факторів.

В умовах глобалізації спостерігається посилення інтересу до локальних культурних традицій як джерела унікальності та автентичності. Українська кухня, з її багатовіковою історією та регіональним розмаїттям, представляє значний культурологічний, гастрономічний та туристичний потенціал, який потребує належної медіапрезентації. Трансформація споживацьких практик у цифрову епоху змінює способи отримання інформації та взаємодії з контентом, що вимагає адаптації культурного нарративу до нових форматів комунікації.

Переосмислення традиційних кулінарних практик у сучасному суспільстві представляє собою складний соціокультурний процес, який потребує фахового документування та аналізу. Медіапродукт у форматі фоторепортажу дозволяє фіксувати трансформації, які відбуваються з етнокультурними традиціями під впливом глобалізації, урбанізації, зміни соціальних структур та споживацьких практик. В сучасних умовах культурної конкуренції національна кухня виступає потужним інструментом «м'якої

сили», формуючи позитивний імідж країни на міжнародній арені. Професійна презентація української кухні через якісний медіаконтент сприяє розвитку гастрономічного туризму, популяризації локальних продуктів, підтримці традиційних кулінарних виробництв.

**Мета дослідження** полягає у розробці та створенні медіапродукту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» для популяризації українських національних страв у сучасному суспільстві.

Для досягнення поставленої мети визначено **такі завдання**:

1. Проаналізувати особливості аудиторії проекту та її запити щодо контенту про українську кухню.
2. Дослідити конкурентне середовище та визначити унікальні конкурентні переваги створюваного медіапродукту.
3. Обґрунтувати концептуальні засади створення фоторепортажу про українську кухню в сучасному форматі.
4. Розробити авторську концепцію інформаційного продукту з урахуванням етнокультурних особливостей української кулінарної традиції.
5. Створити фоторепортаж, який демонструє трансформацію традиційних страв у сучасному контексті.
6. Розробити стратегію просування медіапродукту на різних платформах з метою максимального охоплення цільової аудиторії.

**Об'єктом дослідження** є процес трансформації етнокультурних кулінарних традицій України в сучасному соціокультурному контексті.

**Предметом дослідження** є візуальна репрезентація української кухні в сучасному форматі засобами фоторепортажу.

**Методологічну основу дослідження** складають загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз і синтез – для вивчення теоретичних джерел з проблематики дослідження; порівняльний метод – для зіставлення традиційних та сучасних форм презентації української кухні; метод спостереження – для фіксації процесів трансформації кулінарних практик; метод візуального аналізу – для дослідження образної мови фоторепортажу;

метод опитування – для вивчення цільової аудиторії проєкту; метод моделювання – для розробки концепції медіапродукту.

**Теоретичну базу дослідження** становлять праці з теорії візуальної комунікації (В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк, В. Е. Шевченко), етнокulturології (Г. Г. Почепцов), медіаосвіти (О. П. Мокрогуз), сторітелінгу (Г. В. Курінна), історії української кухні, а також наукові розвідки, присвячені трансформації культурних практик у цифрову епоху.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в розробці оригінального медіапродукту, який може бути використаний для популяризації української кухні на національному та міжнародному рівнях, а також у навчальному процесі при підготовці фахівців з медіакомунікацій, культурології, туризму. Методологічні підходи до створення фоторепортажу про етнокulturні традиції можуть бути адаптовані для презентації інших елементів нематеріальної культурної спадщини.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та висновки дослідження обговорювалися на Міжнародних та Всеукраїнських конференціях (Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні соціокulturні трансформації: медіа, мова, комунікація» (Київ, 3 квітня 2025 р.). Тема доповіді «Етнокulturні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі»; IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Сучасні тенденції в медіагалузі» (НУБіП України 05 травня 2025 р.). Тема доповіді «Міжкультурні рефлексії на тему основ та інновацій української кухні»

**Публікації.** Котенко К. Етнокulturні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі. *Сучасні соціокulturні трансформації: медіа, мова, комунікації: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції* (Київ, 3 квітня 2025 р.). Київ, 2025. С. 69-71.

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (66 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи – 137 сторінок.

## ЧАСТИНА 1. МЕДІАПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» представляє собою комплексний фоторепортаж, спрямований на репрезентацію трансформації національних кулінарних практик в умовах глобалізованого світу. Концептуальною основою проєкту виступає парадигма динамічної автентичності, згідно з якою національна кухня розглядається не як статичний набір рецептів, а як еволюціонуюча система, здатна інтегрувати сучасні тенденції без втрати культурної ідентичності. Фоторепортаж візуалізує процес переосмислення традиційних українських страв відповідно до актуальних гастрономічних трендів, демонструючи органічний зв'язок між кулінарною спадщиною минулого та інноваційними підходами сучасності. Відображення повного циклу створення страви – від вирощування та заготівлі сировини до споживання готової їжі в культурно значущому контексті – забезпечує формування холістичного уявлення про українську кухню як багаторівневу семіотичну систему, інтегровану в повсякденні практики та святково-обрядовий комплекс національної культури.

Гастрономічна культура України постає в проєкті як динамічне утворення, сформоване внаслідок тривалих історичних процесів, міжкультурних взаємодій та адаптації до мінливих соціально-економічних умов. Методологічно обґрунтоване поєднання етнографічного підходу з сучасними візуальними практиками дозволяє створити багатовимірну наративну структуру, яка розкриває національну кухню в контексті культурної ідентичності, історичної пам'яті, соціальних взаємодій, екологічної свідомості та естетичних преференцій різних демографічних груп. Фоторепортаж акцентує увагу на трансформаційних процесах, які відбуваються в українській

кухні під впливом глобальних трендів на локальність, сезонність, екологічність, здорове харчування, мінімізацію харчових відходів, візуальну привабливість та експериментальність.

Мета проєкту полягає у формуванні інноваційної візуальної наративної структури, яка комплексно репрезентує українську кухню як багатовимірний культурний феномен, інтегрований у сучасний гастрономічний дискурс. Реалізація зазначеної мети передбачає вирішення низки взаємопов'язаних завдань: систематизація та візуалізація автентичних рецептів з різних етнографічних регіонів України; виявлення шляхів адаптації традиційних страв до сучасних естетичних та дієтичних вимог; демонстрація повного циклу трансформації сировини у кулінарний продукт з акцентом на сезонності, локальності, екологічності; формування нового естетичного канону репрезентації української кухні, заснованого на синтезі народної традиції та сучасних візуальних практик; інтеграція національної кулінарної спадщини у глобальний гастрономічний контекст з підкресленням унікальних культурних кодів.

Передбачається створення візуального наративу, який гармонійно поєднує документальну точність із художньою виразністю, етнографічну достовірність із сучасною естетикою, традиційні техніки з інноваційними підходами. Фоторепортаж супроводжується розгорнутими коментарями, які розкривають історичний контекст, регіональні особливості, символічне значення та сучасні інтерпретації представлених страв, формуючи комплексне уявлення про українську кухню як частину нематеріальної культурної спадщини нації. Особлива увага приділяється представленню унікальних, маловідомих рецептів, технік та інгредієнтів, які зникають із повсякденного вжитку та потребують збереження й популяризації як елементи національної культурної ідентичності.

Комплексне дослідження аудиторії проєкту, реалізоване з використанням методології кількісного та якісного аналізу даних, дозволило

визначити основні соціально-демографічні характеристики потенційних споживачів медіапродукту. Первинне ядро цільової аудиторії складають жінки (62%) та чоловіки (38%) віком від 25 до 45 років із середнім та вищим рівнем доходу, переважно мешканці великих міст України (73%), хоча спостерігається значний інтерес з боку української діаспори за кордоном (17%) та іноземців, зацікавлених в українській культурі (10%). Психографічний портрет аудиторії характеризується неоднорідністю, охоплюючи чотири основні групи споживачів: «кулінарні ентузіасти» (34%), «поціновувачі традицій» (28%), «соціальні експериментатори» (22%) та «здорові прагматики» (16%).

Дослідження ціннісних орієнтацій цільової аудиторії виявило дуалістичність запитів – з одного боку, прагнення до збереження автентичності, культурної ідентичності, зв'язку з корінням, з іншого – відкритість до інновацій, експериментів, інтеграції української кухні у глобальний гастрономічний контекст. Важливими факторами привабливості медіапродукту для споживачів виступають: візуальна естетика, інформаційна насиченість, практична корисність, культурно-освітній потенціал, соціальна значущість. Медіаповедінка цільової аудиторії характеризується мультиканальністю споживання контенту, високим рівнем цифрової компетентності, активним використанням соціальних мереж для обміну інформацією та формування власного іміджу через демонстрацію культурного капіталу.

Структурно-вікова сегментація аудиторії дозволила визначити специфіку сприйняття медіапродукту різними поколіннями: для молодшої аудиторії (18-24 роки) акцентуються аспекти унікальності, автентичності, візуальної привабливості традиційної кухні; для середньої вікової категорії (25-44 роки) підкреслюються можливості адаптації класичних рецептів до сучасного ритму життя, їхня інтеграція в родинні практики, символічне значення для формування національної ідентичності; для старшої аудиторії

(45+ років) акцентуються аспекти збереження культурної спадщини, відродження традиційних технік, передача знань наступним поколінням. Гендерна диференціація контенту враховує відмінності у сприйнятті кулінарної інформації чоловіками та жінками, пропонуючи багаторівневий наратив, який апелює до різних мотиваційних чинників, ціннісних орієнтацій та практичних інтересів.

Новизна проєкту полягає у створенні інтегративної моделі репрезентації національної кухні, яка органічно поєднує етнографічну достовірність із сучасними гастрономічними тенденціями, документальний підхід із художньою виразністю, науково-дослідницький компонент із практичною реалізацією. Унікальність медіапродукту забезпечується комплексним висвітленням української кулінарної традиції як багаторівневої семіотичної системи, що відображає національну ідентичність, історичний досвід, адаптаційні механізми, естетичні уподобання та соціальні практики українського народу. Методологічно новаторським є застосування міждисциплінарного підходу, що інтегрує етнологічні, історичні, культурологічні, дієтологічні, маркетингові аспекти дослідження національної кухні, створюючи багатовимірний наратив, який апелює до різних категорій споживачів контенту.

Інноваційним виступає технологічне рішення проєкту, яке передбачає використання найсучасніших методів фуд-фотографії, стайлінгу, цифрової обробки зображень, мультимедійної презентації матеріалу. Застосування спеціалізованого освітлювального обладнання, макрозйомки, сповільненої зйомки процесів приготування дозволяє створити візуальний наратив надзвичайної деталізації та естетичної виразності, здатний конкурувати з найкращими світовими зразками фуд-фотографії. Технологічна досконалість забезпечує реалістичне відтворення текстур, кольорів, форм традиційних страв, викликаючи майже тактильний зв'язок між споживачем контенту та зображуваними об'єктами.

Концептуально новаторським є відхід від поширеного в попередніх медіапродуктах фокусування виключно на готових стравах на користь представлення повного циклу трансформації сировини, демонстрації локального контексту вирощування продуктів, традиційних способів заготівлі, збереження, обробки, подачі та споживання їжі. Такий холистичний підхід дозволяє розкрити глибинні культурні, соціальні, екологічні, економічні аспекти національної кухні, представити її як комплексну систему знань, умінь, вірувань, практик, що формувалася протягом століть та продовжує еволюціонувати в сучасних умовах.

Креативна новизна проєкту виявляється у нестандартному поєднанні документального підходу з елементами художньої інсталяції, перформансу, експериментальної фотографії. Фоторепортаж не обмежується традиційною послідовністю знімків процесу приготування, а створює візуальні метафори, символічні композиції, несподівані ракурси, які розкривають філософський вимір національної кухні, її зв'язок з циклами природи, ритуалами, соціальними взаємодіями. Така мистецька інтерпретація кулінарної традиції формує новий естетичний канон репрезентації української кухні, відмінний від усталених у масовій культурі стереотипних образів.

Інтеграція медіапродукту в актуальне культурне середовище забезпечується врахуванням новітніх тенденцій гастрономічного дискурсу 2025 року, серед яких особливої значущості набувають екологічна свідомість, ф'южн-підходи та технологічна інновативність. Згідно з дослідженнями сучасного ринку кулінарного контенту, спостерігається активний розвиток підходів, які органічно поєднують традиційні техніки з інноваційними методами приготування, зокрема, використання локальних трав для натурального підсилення смаку, застосування технік приготування на відкритому вогні та інкорпорування морських рослин для підвищення поживної цінності страв. Фоторепортаж «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» враховує зазначені тенденції,

демонструючи трансформацію української кухні відповідно до глобальних трендів на збереження автентичності з одночасною адаптацією до сучасних стандартів здорового харчування.

Відповідно до актуальних гастрономічних трендів 2025 року, проєкт приділяє особливу увагу візуальній драматургії подачі страв, яка набуває ознак перформативності. Їжа перетворюється на своєрідне виконавське мистецтво з характерними елементами театралізації, такими як візки з делікатесами, публічне приготування страв та їхня ефектна подача, що створює незабутні моменти високоякісної взаємодії. Фоторепортаж демонструє, як традиційні українські страви можуть бути адаптовані до такого перформативного формату без втрати автентичності, зокрема, через сучасну інтерпретацію обрядових дій, пов'язаних з приготуванням та споживанням їжі, їх трансформацію в елементи гастрономічної вистави, що підвищує емоційну залученість аудиторії.

Кулінарний рух "фуд-ф'южн", який набуває все більшої популярності в 2025 році, характеризується поєднанням елементів різних кулінарних стилів, традицій та інгредієнтів з різних регіонів світу, створюючи інноваційні страви, що викликають захоплення як смаковими якостями, так і креативним підходом [Fact Sheet: Food and Culture of Ukraine](#). Проєкт інтегрує цю тенденцію, візуалізуючи процес творчого переосмислення української кухні через поєднання традиційних рецептів з елементами інших кулінарних культур, демонструючи потенціал національної гастрономії для інноваційних експериментів. Особлива увага приділяється гармонійній інтеграції глобальних інгредієнтів, технік, естетичних підходів у традиційний контекст української кухні без втрати її культурної самобутності.

Важливою тенденцією сучасної гастрономії виступає акцентування природних смаків через використання трав для натурального підсилення смаку, застосування технік приготування на відкритому вогні та включення морських рослин для підвищення поживної цінності. Фоторепортаж

демонструє, як зазначені підходи гармонійно інтегруються в українську кулінарну традицію, яка історично характеризувалася використанням різноманітних диких трав, технік копчення, в'ялення, запікання на відкритому вогні. Відродження цих автентичних практик у сучасному контексті відповідає глобальним трендам на натуральність, екологічність, мінімальну обробку продуктів.

Особлива увага в проєкті приділяється розкриттю потенціалу української кухні як частини світової гастрономічної спадщини, що зазнала історичних деформацій та потребує реконструкції. Як зазначає український шеф-кухар Євген Клопотенко, радянський період характеризувався не просто колонізацією українських земель, а систематичним викоріненням кулінарної спадщини етнічних меншин з метою створення «знеособленої, гегемонізованої культури, позбавленої індивідуальності, релігійних та регіональних відмінностей». Фоторепортаж візуалізує процес відродження автентичних рецептів, технік та інгредієнтів, які тривалий час залишалися поза увагою масової культури, зберігаючись переважно в локальних спільнотах та родинних традиціях.

Історична реконструкція української кухні доповнюється в проєкті її актуалізацією відповідно до сучасних дієтичних вимог, естетичних стандартів та технологічних можливостей. Фоторепортаж демонструє, як традиційні високалорійні страви трансформуються у більш легкі, збалансовані варіанти без втрати характерних смакових властивостей; як автентичні техніки приготування адаптуються до сучасного кухонного обладнання; як традиційна естетика подачі переосмислюється відповідно до актуальних візуальних трендів. Така багаторівнева трансформація забезпечує релевантність національної кухні запитам сучасних споживачів, сприяючи її інтеграції в повсякденні практики різних демографічних груп.

Актуальність проєкту підсилюється світовим трендом на глокалізацію кулінарних практик – поєднання глобальних тенденцій з локальними

традиціями. Сучасна гастрономія характеризується розмиванням меж традиційних кухонь та появою інноваційних варіацій, що поєднують елементи різних кулінарних стилів, традицій та інгредієнтів з різних регіонів світу, створюючи страви, які викликають захоплення як смаковими якостями, так і креативним підходом [Food Fusion: The Future of Gastronomy](#). Українська кухня, з її багатою історією культурних взаємовпливів та регіональним різноманіттям, надзвичайно перспективна для такого креативного переосмислення, що й демонструє медіапродукт через візуалізацію гармонійного поєднання традиційних рецептів з сучасними техніками та естетикою.

Соціальна значущість проєкту полягає у збереженні та популяризації української кулінарної спадщини як важливого елемента національної культурної ідентичності. В умовах глобалізації та стандартизації харчування особливої актуальності набуває документування, систематизація та поширення знань про автентичні рецепти, техніки, інгредієнти, які становлять унікальний внесок української культури у світову гастрономічну скарбницю. Фоторепортаж виконує функцію культурної дипломатії, представляючи українську кухню міжнародній аудиторії як самобутнє явище з багатовіковою історією, регіональним різноманіттям та потенціалом для творчих інтерпретацій.

Освітній потенціал проєкту реалізується через детальне представлення культурно-історичного контексту страв, їхнього символічного значення, регіональних варіацій, традиційних технік приготування. Фоторепортаж виступає інструментом міжпоколіннєвої трансляції кулінарних знань, забезпечуючи збереження нематеріальної культурної спадщини та її інтеграцію в сучасні соціокультурні практики. Особлива увага приділяється розкриттю зв'язку традиційної кухні з аграрним календарем, обрядовими комплексами, системою вірувань, соціальною стратифікацією, економічним

розвитком різних регіонів України, що формує комплексне уявлення про національну кухню як багатовимірний культурний феномен.

Екологічний вимір проєкту реалізується через акцентування традиційних практик сталого споживання, сезонного харчування, безвідходного використання продуктів, які характеризували українську кухню протягом століть і набувають особливої актуальності в контексті сучасних екологічних викликів. Фоторепортаж демонструє, як автентичні підходи до заготівлі, збереження, обробки продуктів відповідають сучасним трендам на екологічну відповідальність, мінімізацію харчових відходів, зменшення вуглецевого сліду, локальне виробництво та споживання. Така інтеграція традиційної мудрості в сучасний екологічний дискурс сприяє формуванню свідомого ставлення до харчування як важливого аспекту взаємодії людини з природним середовищем.

Отже, медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» представляє актуальну, комплексну візуально-нарративну структуру, яка розкриває трансформацію національних кулінарних практик в умовах глобалізованого світу, демонструючи динамічність української кухні як культурного феномену, здатного зберігати автентичність при інтеграції сучасних гастрономічних тенденцій. Проєкт спрямований на задоволення запитів різноманітної аудиторії з врахуванням актуальних трендів медіаспоживання, культурної ідентифікації та гастрономічних преференцій, формуючи новий естетичний канон репрезентації національної кухні у глобальному контексті.

Практична реалізація проєкту передбачає застосування інноваційних підходів до створення високоякісного візуального контенту, його мультиплатформної дистрибуції, інтерактивної взаємодії з аудиторією, формування спільноти активних споживачів та співтворців. Комбінування традиційних форматів представлення матеріалу з цифровими інноваціями забезпечує максимальне охоплення різних сегментів цільової аудиторії,

створюючи умови для гармонійної інтеграції національних кулінарних традицій у сучасний культурний контекст. Стратегічне партнерство з закладами громадського харчування, виробниками локальних продуктів, освітніми установами, культурними інституціями розширює комунікаційний потенціал проєкту, сприяючи комплексній популяризації української кухні як важливого елемента національної культурної спадщини.

## ЧАСТИНА 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

### РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

#### 1.1. Особливості аудиторії проєкту

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» орієнтований на широку аудиторію зацікавлених споживачів контенту, які прагнуть долучитися до українських кулінарних традицій. Дослідження аудиторії фоторепортажу реалізовувалося за допомогою комплексної методології, що включала опитування потенційних споживачів, глибинне вивчення вподобань користувачів соціальних мереж та аналіз даних існуючих подібних продуктів.

Онлайн-опитування охопило понад 500 респондентів різних вікових категорій, забезпечивши статистично значущу вибірку для формування портрету споживача медіапродукту. Кількісний аналіз даних доповнювався якісними методами, зокрема проведенням фокус-груп із представниками різних поколінь – від молоді до старшого віку, що дозволило виявити нюанси сприйняття української кухні різними демографічними групами.

Етнографічне спостереження проводилося на кулінарних фестивалях, майстер-класах та гастрономічних заходах, присвячених українській кухні, де фіксувалася безпосередня реакція людей на традиційні страви та їхні сучасні інтерпретації. Поглиблений аналіз соціальних мереж включав моніторинг активності користувачів на тематичних сторінках, аналіз хештегів, пов'язаних з українською кухнею, та дослідження трендів у гастрономічному контенті. Застосування методу Big Data дозволило виявити приховані патерни споживацької поведінки та інтереси потенційної аудиторії медіапродукту.

Результати проведеного дослідження виявили чіткий соціально-демографічний портрет аудиторії фоторепортажу. Основне ядро складають жінки (62%) та чоловіки (38%) віком від 25 до 45 років із середнім та вищим рівнем доходу. Географічно аудиторія охоплює переважно мешканців великих

міст України (73%), хоча спостерігається значний інтерес з боку української діаспори за кордоном (17%), а також іноземців, зацікавлених в українській культурі (10%). Освітній рівень аудиторії достатньо високий – 81% мають вищу освіту або продовжують навчання у вищих навчальних закладах. Професійна діяльність потенційних споживачів медіапродукту включає широкий спектр – від представників креативних індустрій, IT-спеціалістів, менеджерів середньої та вищої ланки до працівників освіти, медицини, сфери послуг та студентства.

Міські мешканці віком 25-35 років становлять найактивнішу категорію споживачів контенту про українську кухню, демонструючи підвищений інтерес до переосмислення національних кулінарних традицій. Представники старшої аудиторії (45-65 років) проявляють інтерес до фоторепортажу переважно з ностальгічних мотивів та бажання зберегти традиційні рецепти. Молодша аудиторія (18-24 роки) сприймає українську кухню як частину модного тренду на автентичність та екологічність. Загалом спостерігається тенденція до розмивання вікових меж у зацікавленості національною кухнею, що пояснюється посиленням патріотичних настроїв в українському суспільстві.

Психографічний портрет цільової аудиторії проєкту відзначається неоднорідністю та багатовимірністю. Аналіз глибинних мотивацій та ціннісних орієнтацій потенційних споживачів дозволив виокремити кілька основних психотипів. Перша група – «кулінарні ентузіасти» (34% цільової аудиторії) – люди, для яких приготування їжі становить творчий процес, вони відкриті до експериментів, прагнуть розширити свій кулінарний репертуар. Друга група – «поціновувачі традицій» (28%) – особи, які цінують автентичність, історичну достовірність, збереження культурної спадщини. Третя група – «соціальні експериментатори» (22%) – користувачі, які активно діляться кулінарними досягненнями в соціальних мережах, для них важлива візуальна привабливість страв та їхня «інстаграмність». Четверта група –

«здорові пражматики» (16%) – споживачі, зацікавлені в корисності традиційної української кухні, адаптації давніх рецептів до сучасних дієтичних вимог.

Ціннісна орієнтація аудиторії проєкту характеризується дуалістичністю – з одного боку, виразно простежується прагнення до збереження національної ідентичності, культурної автентичності, зв'язку з корінням, з іншого – відкритість до інновацій, інтеграції української кухні у глобальний контекст, переосмислення традицій відповідно до сучасних гастрономічних трендів. Дослідження виявило, що потенційна аудиторія медіапродукту активно цікавиться питаннями екологічності харчування, зменшення харчових відходів, свідомого споживання, що відповідає загальносвітовим тенденціям розвитку культури харчування.

Спосіб життя цільової аудиторії фоторепортажу вирізняється високою соціальною активністю, стремлінням до саморозвитку, проактивною громадянською позицією. Аналіз дозвіллєвих практик виявив, що потенційні споживачі контенту віддають перевагу активному відпочинку, туризму, відвідуванню культурних заходів, зокрема гастрономічних фестивалів, кулінарних майстер-класів, фермерських ринків. Високий рівень медіаграмотності та цифрової компетентності аудиторії зумовлює необхідність створення візуально привабливого, інформаційно насиченого контенту з можливістю інтерактивної взаємодії.

Дослідження споживацьких звичок виявило, що потенційна аудиторія медіапродукту активно використовує цифрові платформи для пошуку кулінарних рецептів (76%), надає перевагу візуальному контенту над текстовим (82%), цінує достовірність інформації та експертність джерел (91%). Зафіксовано зростання інтересу до локальних продуктів, сезонності харчування, відродження давніх технік приготування їжі у поєднанні з сучасними кулінарними методами. Аналіз мотивацій звернення до української кухні продемонстрував, що для більшості потенційних споживачів

медіапродукту національна кухня асоціюється з родинними традиціями, святковими подіями, відчуттям приналежності до культурної спільноти. Водночас спостерігається запит на осучаснення класичних рецептів, їхню адаптацію до швидкого ритму життя, лайтифікацію традиційно висококалорійних страв.

Медіаповедінка цільової аудиторії характеризується мультиканальністю – споживачі контенту про українську кухню використовують різноманітні платформи, від соціальних мереж (Instagram, Facebook, TikTok) до спеціалізованих кулінарних сайтів, мобільних додатків та відеохостингів. Принципове значення має крос-платформність медіапродукту, можливість його перегляду на різних пристроях – від смартфонів до персональних комп'ютерів. Аналіз часових патернів медіаспоживання виявив два піки активності – ранковий (7-9 година) та вечірній (19-22 година), що співвідноситься з періодами планування харчування та приготування їжі.

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» орієнтований на різноманітні вікові категорії споживачів, кожна з яких характеризується власними особливостями сприйняття та взаємодії з контентом. Детальне дослідження вікової структури аудиторії дозволило виокремити п'ять основних груп із специфічними рисами медіаповедінки та інтересами щодо кулінарної тематики. Найчисельнішою групою виявилися споживачі 25-34 років, які складають 38% від загальної кількості потенційної аудиторії. Представники міленіалів демонструють підвищений інтерес до фьюжн-кухні, експериментальних підходів до традиційних страв та активно діляться кулінарними досягненнями в соціальних мережах. Прагнення до автентичності у них поєднується з бажанням спростити процес приготування, знайти баланс між традиціями та сучасним ритмом життя.

Друга за чисельністю категорія – аудиторія 35-44 років (27%), яка характеризується глибшим розумінням культурного контексту української

кухні, усвідомленістю вибору продуктів та прагненням передати кулінарні традиції наступним поколінням. Для них принципове значення мають якість інгредієнтів, відповідність рецептів оригінальним технологіям приготування, водночас спостерігається готовність адаптувати страви відповідно до сучасних дієтичних рекомендацій. Молодша аудиторія 18-24 років (19%) сприймає українську кухню крізь призму тренду на унікальність та автентичність, шукаючи в національних стравах вираження власної ідентичності. Типова поведінка представників покоління Z включає активне експериментування з традиційними рецептами, адаптацію їх до веганських чи вегетаріанських дієт, пошук незвичних комбінацій смаків.

Старша вікова категорія 45-64 років (12%) виявляє консервативніший підхід до української кухні, орієнтуючись на збереження традиційних технологій, смаків та рецептур. Ностальгічні почуття, пов'язані з родинними кулінарними традиціями, спонукають представників даної групи шукати в медіапродукті підтвердження власного досвіду, спогадів та емоційних переживань. Найменш численна, проте стратегічно важлива група – аудиторія 65+ років (4%), для якої характерне глибоке знання автентичних рецептів, регіональних особливостей української кухні, сезонності продуктів та традиційних технік приготування їжі. Представники старшого покоління виступають носіями кулінарної культури, забезпечуючи своїми знаннями зв'язок між поколіннями та збереження нематеріальної культурної спадщини.

Перетинаючи вікові межі, можна спостерігати значущі відмінності у сприйнятті фоторепортажу чоловіками та жінками. Жіноча аудиторія (62% потенційних споживачів) демонструє підвищений інтерес до деталізованих рецептів, історій походження страв, етнографічного контексту кулінарних традицій. Чоловіча аудиторія (38%) фокусується на технологічних аспектах приготування, модерному обладнанні, виразних смакових характеристиках та видовищності процесу. Регіональний розподіл аудиторії виявляє, що мешканці західних областей України проявляють більший інтерес до локальних

особливостей української кухні, традиційних свят та обрядових страв, тоді як східні та південні регіони демонструють вищу зацікавленість у фьюжн-підходах та міжкультурних кулінарних впливах.

Таблиця 1.1. Розподіл цільової аудиторії за віковими групами

<b>Вікова група</b>	<b>Частка аудиторії (%)</b>	<b>Ключові особливості</b>
18-24 роки	19	Експериментальний підхід, тренд на автентичність, адаптація до вегетаріанських дієт
25-34 роки	38	Інтерес до фьюжн-кухні, баланс традицій і сучасності, активність у соціальних мережах
35-44 роки	27	Глибше розуміння культурного контексту, увага до якості інгредієнтів, прагнення передати традиції нащадкам
45-64 роки	12	Консервативний підхід, орієнтація на збереження традиційних технологій і рецептур
65+ років	4	Носії автентичних рецептів та технік, знавці регіональних особливостей

*Джерело: складено автором*

Грунтовний аналіз споживчих звичок та уподобань цільової аудиторії фоторепортажу виявив комплексну картину взаємодії з кулінарним контентом. Модель споживання медіаконтенту характеризується сезонністю інтересу – підвищення активності спостерігається напередодні великих свят (Різдво, Великдень, Масляна), під час літньо-осіннього сезону заготівель, а також у вихідні дні, коли збільшується кількість часу, присвяченого приготуванню їжі. Аналіз цифрових слідів користувачів продемонстрував, що найпопулярнішими запитами, пов'язаними з українською кухнею, виступають: модифікації класичних борщів, варіації вареників з нетрадиційними начинками, адаптації святкових страв до сучасних дієтичних тенденцій, переосмислення української випічки.

Дослідження харчових преференцій виявило чіткий тренд на спрощення складних технологічно стравий без втрати їхньої автентичності. Потенційна

аудиторія фоторепортажу прагне готувати традиційні українські страви з меншою кількістю жиру, зменшеною калорійністю, при цьому зберігаючи характерні смакові властивості та візуальну привабливість. Запит на healthy-версії українських страв корелює з глобальними трендами на здорове харчування, відмову від надмірно обробленої їжі, використання органічних продуктів. Аналіз часових патернів приготування їжі засвідчив, що 78% потенційної аудиторії надає перевагу рецептам, реалізація яких не перевищує 60 хвилин, що відображає пришвидшений ритм сучасного життя та зменшення часу, який люди готові виділяти на приготування їжі у будні.

Таблиця 1.2 Споживчі преференції цільової аудиторії щодо контенту про українську кухню

Характеристика контенту	Ступінь зацікавленості (%)	Примітки
Фото-інструкції приготування	82	Перевага надається покроковим візуальним інструкціям
Історичний та культурний контекст страв	76	Підвищений інтерес у аудиторії 35+
Модифікації класичних рецептів	89	Адаптації до сучасних дієтичних тенденцій
Регіональні особливості української кухні	71	Вища зацікавленість у мешканців західних регіонів
Сезонність та локальні продукти	85	Корелює з екологічною свідомістю споживачів
Техніки та інструменти приготування	79	Вищий інтерес у чоловічої аудиторії

*Джерело: складено автором*

Структура попиту на кулінарний контент свідчить про зростання інтересу до мультимедійного формату подачі матеріалу – 82% потенційної аудиторії обирає відеорецепти та якісні фотографії процесу приготування замість

текстових інструкцій. Фоторепортаж як формат відповідає запиту на комплексне візуальне представлення національної кухні, дозволяючи продемонструвати трансформацію традиційних страв через серію зображень із супровідними розповідями. Аналіз коментарів та відгуків на кулінарних платформах виявив потребу аудиторії в контенті, який не лише надає рецепти, але й розширює культурний контекст, пояснює символізм страв, їхній зв'язок з обрядами та святами, регіональні відмінності та історичні трансформації.

## 1.2. Аналіз конкурентного середовища

Сучасний медіапростір насичений різноманітними продуктами, присвяченими українській кухні, що створює багатовимірне конкурентне середовище для реалізації проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі». Аналіз існуючих пропозицій на ринку виявляє значну сегментацію контенту за форматами, цільовою аудиторією, глибиною висвітлення та підходами до інтерпретації національних кулінарних традицій. Книжкова продукція представлена широким спектром видань – від класичних кулінарних книг, збірників рецептів до етнографічних досліджень, гастрономічних путівників та фотоальбомів.

Сегмент традиційних кулінарних книг характеризується наявністю як бюджетних, масових видань, що пропонують базові рецепти («Українська кухня. Найсмачніші страви з душею»), так і преміум-сегмент – подарункові, ілюстровані видання з деталізованими рецептами та історичними екскурсами («Борщ. Сила нації»). Авторські видання професійних кухарів («Сніданки, обіди, вечері», «Зе Їжа», «Зе Десерти») орієнтовані на переосмислення української кухні з позицій сучасної гастрономії, нових технік приготування та естетики подачі [8, 41].

Блогосфера та соціальні мережі демонструють найбільш динамічний розвиток контенту, присвяченого українській кухні. Instagram-акаунти з кількістю підписників від 50 до 500 тисяч пропонують різноманітні погляди

на національні страви – від строго автентичних рецептів до кардинальних ф'южн-експериментів. TikTok-контент, орієнтований переважно на молодшу аудиторію, зосереджений на швидких та видовищних рецептах, що не завжди відповідають традиційним технологіям. Facebook-групи та спільноти об'єднують поціновувачів української кухні, створюючи простір для обміну рецептами, лайфхаками та кулінарними історіями. Youtube-канали демонструють різноманітність форматів – від професійно знятих кулінарних шоу до аматорських відео, де господині діляться родинними секретами приготування традиційних страв.

Таблиця 1.3 Аналіз основних медіаканалів представлення української кухні

Медіаканал	Охоплення аудиторії	Формат контенту	Переваги	Недоліки
Книжкові видання	Середнє (5-10 тис. примірників)	Текстовий з фотоілюстраціями	Глибина висвітлення, культурний контекст	Обмежене поширення, висока вартість
Instagram	Високе (50-500 тис. підписників)	Фото, короткі відео, stories	Візуальність, швидке оновлення	Поверхневість інформації, фрагментарність
YouTube	Високе (10-300 тис. підписників)	Відеоконтент різної тривалості	Детальний показ процесу, харизма ведучих	Висока конкуренція, потреба в регулярних оновленнях
TikTok	Дуже високе (до 1 млн переглядів)	Ультракороткі відео (15-60 сек)	Вірусність, широке охоплення молоді	Примітивізація інформації, відсутність культурного контексту
Кулінарні блоги	Середнє (1-50 тис. читачів)	Текст, фото, відео	Персоналізація, глибина розкриття тем	Обмежена аудиторія, високі вимоги до якості контенту

*Джерело: складено автором*

Телевізійний сегмент представлений кулінарними шоу, тематичними випусками розважальних програм та окремими проектами, присвяченими українській кухні. Формати варіюються від класичних кулінарних майстер-класів до змагальних шоу та тревел-програм з гастрономічним ухилом. Загальнонаціональні телеканали пропонують як спеціалізовані програми («Готуємо разом», «Все буде смачно»), так і тематичні кулінарні рубрики у ранкових шоу. Регіональні телеканали фокусуються на локальних кулінарних традиціях, рецептах від місцевих господинь та шеф-кухарів. Спеціалізовані канали («Кухня ТВ», «Food Network») включають програми українською тематикою у загальному контенті світової кухні.

Сегмент мобільних додатків активно розвивається, пропонуючи користувачам зручний доступ до рецептів української кухні, інтерактивні інструкції з приготування, можливість планування меню та покупок. Конкурентними перевагами додатків виступають персоналізація контенту, адаптація рецептів під дієтичні вподобання користувача, можливість масштабування порцій, заміни інгредієнтів, збереження улюблених рецептів. Стримуючими факторами розвитку даного сегменту залишаються технічні обмеження, проблеми з локалізацією та необхідність постійного оновлення контенту [25].

Аналіз гастрономічних фестивалів та офлайн-заходів, присвячених українській кухні, демонструє зростання інтересу аудиторії до безпосередньої взаємодії з кулінарними традиціями. Фестивалі борщу, Дні української кухні, ярмарки локальних продуктів приваблюють аудиторію можливістю дегустації, спілкування з виробниками, участі в майстер-класах. Конкурентними перевагами офлайн-форматів виступають мультисенсорний досвід, соціалізація, формування емоційного зв'язку з культурними традиціями. Обмеженнями залишаються географічна локалізація, сезонність та висока вартість організації.

Комплексний аналіз конкурентного середовища дозволяє ідентифікувати

ключових гравців ринку медіаконтенту про українську кухню та їхні конкурентні стратегії. Найвпливовішими виступають: 1) медіахолдинги з власними телевізійними шоу, друкованими виданнями та онлайн-платформами; 2) відомі кулінари та шеф-кухарі з сильним особистим брендом та мультимедіальною присутністю; 3) спеціалізовані гастрономічні проєкти з чіткою нішевою спрямованістю; 4) масові контент-виробники з розгалуженою мережею дистрибуції. Конкурентні стратегії варіюються від фокусування на автентичності та традиційності до радикального переосмислення класичних рецептів, від акцентування на регіональних особливостях до пошуку універсальних смакових рішень.

SWOT-аналіз конкурентного середовища розкриває комплексну картину можливостей та загроз для реалізації проєкту «Етнокультурні традиції повновому: українська кухня в сучасному форматі». Сильними сторонами існуючих медіапродуктів виступають: усталені канали дистрибуції, лояльна аудиторія, напрацьований контент-банк, упізнаваність брендів та персоналій. Слабкі сторони: консервативність форматів, обмеженість технічних можливостей традиційних медіа, фрагментарність представлення української кухні, недостатня глибина культурно-історичного контексту.

Таблиця 1.4 SWOT-аналіз конкурентного середовища медіапродуктів про українську кухню

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>
1. Розвинена система дистрибуції контенту через різноманітні канали	1. Фрагментарність представлення української кухні в медіапросторі
2. Наявність сформованої лояльної аудиторії у відомих проєктів	2. Недостатнє висвітлення культурно-історичного контексту страв
3. Значний накопичений банк рецептів та супровідних матеріалів	3. Невідповідність візуального представлення сучасним естетичним нормам
4. Впізнаваність брендів та особистих брендів кулінарів	4. Повторюваність контенту, брак інноваційних підходів
5. Фінансова стабільність великих медіапроєктів	5. Консервативність форматів, особливо в телевізійному сегменті

<b>Можливості (Opportunities)</b>	<b>Загрози (Threats)</b>
1. Зростання патріотичних настроїв та інтересу до національної культури	1. Переорієнтація аудиторії на глобальні кулінарні тренди
2. Розвиток технологій, що дозволяють створювати інтерактивний контент	2. Економічні кризи, що зменшують бюджети на медіавиробництво
3. Інтеграція української кухні у світовий гастрономічний контекст	3. Поглинання нішевих проєктів великими медіахолдингами
4. Тренд на екологічність, органічність, локальні продукти	4. Інформаційне перенасичення та зниження уваги аудиторії
5. Розвиток гастрономічного туризму в Україні	5. Панування шаблонних підходів, примітивізація контенту

*Джерело: складено автором*

Можливості конкурентного середовища формуються під впливом глобальних трендів: діджиталізація контенту, персоналізація споживацького досвіду, зростання інтересу до автентичних культурних традицій, популяризація гастрономічного туризму, підвищення значущості візуальної складової у представленні кулінарного контенту. Додаткові можливості створюють національні тенденції: зростання патріотичних настроїв, відродження інтересу до забутих традиційних рецептів, переосмислення регіональних кулінарних практик, інтеграція української кухні у сучасний гастрономічний дискурс.

Загрози конкурентного середовища пов'язані з диверсифікацією медіаспоживання, зниженням уваги аудиторії до тривалого контенту, посиленням конкуренції з боку глобальних медіа-гравців, обмеженістю фінансових ресурсів для створення якісного візуального контенту, ризиками примітивізації та вульгаризації традиційної культури. Додаткові загрози формують економічні чинники: коливання платоспроможності цільової аудиторії, зниження рекламних бюджетів партнерів, підвищення вартості виробництва якісного контенту.

Аналіз конкурентного середовища виявляє потенційні ніші для реалізації проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному

форматі». Актуальними напрямками розвитку медіаконтенту про українську кухню залишаються: поглиблення культурно-історичного контексту кулінарних традицій, акцентування на регіональних особливостях та локальних продуктах, інтеграція сучасних гастрономічних тенденцій у традиційні рецепти, розробка інтерактивних форматів взаємодії з аудиторією, створення крос-медійних проєктів із синергією різних каналів комунікації.

Визначальним фактором конкурентоспроможності медіапродукту виступає оригінальність концепції, якість візуального втілення, глибина інформаційного наповнення, технологічна реалізація та вибудовування системи довготривалої взаємодії з аудиторією. Проєкт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» позиціонується як інноваційний, мультисенсорний медіапродукт з унікальним поєднанням традиційності та сучасності, історичної достовірності та актуальних гастрономічних трендів, освітньої функції та естетичного задоволення.

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» вирізняється на конкурентному ринку завдяки комплексному підходу до висвітлення традиційної української кухні у сучасному переосмисленні. Першочерговою конкурентною перевагою проєкту виступає формат фоторепортажу, який забезпечує глибоке візуальне занурення аудиторії в культурно-історичний контекст національних кулінарних традицій з одночасним представленням інноваційних інтерпретацій класичних страв. Технологічно досконала фотографія демонструє найдрібніші деталі процесу приготування, текстуру продуктів, кольорову гаму страв, створюючи майже тактильний зв'язок між споживачем контенту та зображуваними об'єктами [8].

Унікальність проєкту полягає у синергії документального підходу та художньої виразності, коли кожна фотографія одночасно виступає джерелом точної інформації про технологічні процеси та самостійним естетичним об'єктом, що викликає емоційний відгук аудиторії. Використання серійної

фотографії дозволяє простежити трансформацію сировини у готову страву, відображаючи ключові етапи приготування, характерні техніки та традиційні прийоми, адаптовані до сучасних кухонних реалій.

Інтелектуальною перевагою проєкту виступає глибоке дослідницьке підґрунтя, що забезпечує достовірність інформації про походження страв, регіональні варіації рецептів, історичні трансформації кулінарних традицій, культурну символіку, пов'язану з певними продуктами та технологіями. Фактологічна точність поєднується з живою розповіддю, особистісним підходом до висвітлення теми, створюючи багаторівневий наратив, який охоплює національну кухню як частину культурної ідентичності, родинних традицій, суспільних практик.

Мультиформатність проєкту забезпечує його конкурентоспроможність у сучасному медіапросторі – матеріали фоторепортажу адаптовані для різних платформ, від друкованих видань до цифрових ресурсів, соціальних мереж та мобільних додатків. Унікальний візуальний стиль виступає об'єднавчим елементом різноканальної дистрибуції, забезпечуючи впізнаваність бренду «Етнокультурні традиції по-новому» на всіх медіаплатформах.

Специфічною конкурентною перевагою медіапродукту виступає фокусування на нішевих, маловідомих аспектах української кухні – забутих інгредієнтах, відроджених технологіях, сезонних практиках харчування, регіональних особливостях, які рідко потрапляють у масові медіа. Такий підхід привертає увагу як гастрономічних ентузіастів, які прагнуть поглибити свої знання, так і широкої аудиторії, зацікавленої в автентичному культурному досвіді.

Проєкт вирізняється інтерактивністю та залученням аудиторії до співтворення контенту через систему зворотного зв'язку, коментування, обміну досвідом, участі у тематичних челенджах. Така комунікаційна стратегія формує спільноту активних споживачів, які не лише спостерігають за розвитком проєкту, але й беруть участь у його наповненні, популяризації,

інтерпретації.

Значущою конкурентною перевагою виступає якісний супровідний текстовий контент, який виходить за межі рецептурних інструкцій, пропонуючи культурологічні коментарі, історичні довідки, інтерв'ю з носіями кулінарних традицій, експертами в галузі гастрономії, дослідниками нематеріальної культурної спадщини. Мультидисциплінарний підхід дозволяє розкрити тему української кухні комплексно, демонструючи її зв'язок із соціальними практиками, обрядами, системою вірувань, економічним розвитком регіонів, культурним обміном.

Проект пропонує баланс між традиційністю та інноваційністю, автентичністю та адаптивністю, що дозволяє залучати різновікову аудиторію – від носіїв традиційних кулінарних практик старшого покоління до молоді, яка шукає сучасні інтерпретації класичних рецептів. Кожна страва представлена у подвійному висвітленні – як культурний артефакт із багатовіковою історією та як живий, динамічний елемент сучасного гастрономічного ландшафту.

Фоторепортаж «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» передбачає створення значного обсягу оригінального контенту, що підлягає захисту авторським правом відповідно до національного та міжнародного законодавства. Первинними об'єктами авторського права виступають фотографічні твори, які фіксують процес приготування страв, готові кулінарні вироби, інгредієнти, кухонне приладдя, місця заготівлі та зберігання продуктів. Фотографії створюються з дотриманням оригінального авторського підходу до композиції, освітлення, кольорової гами, фокусування, що забезпечує їхню унікальність та творчий характер [48].

Супровідні тексти, які розкривають культурно-історичний контекст страв, подають оригінальні інтерпретації рецептів, містять коментарі експертів та практиків, також становлять об'єкт авторського права як

літературні твори. Особлива увага приділяється текстовим компонентам, що містять оригінальні дослідницькі висновки, авторські спостереження, унікальні фактологічні дані, отримані в результаті польових етнографічних досліджень.

Комплексний захист авторських прав на медіапродукт забезпечується шляхом реєстрації торговельної марки «Етнокультурні традиції по-новому», яка використовуватиметься для брендування всіх компонентів проєкту та супутньої продукції. Процедура реєстрації здійснюється відповідно до Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» із забезпеченням правової охорони словесного позначення та графічного елемента (логотипу) для відповідних класів товарів та послуг за Міжнародною класифікацією товарів і послуг.

Правова стратегія захисту авторських прав проєкту передбачає комбінований підхід – поряд із захистом всіх матеріалів знаком копірайту, застосовується ліцензія Creative Commons (CC BY-NC-ND) для окремих компонентів проєкту, що дозволяє некомерційне використання матеріалів із обов'язковим зазначенням авторства та без права на створення похідних творів. Такий підхід забезпечує баланс між захистом інтелектуальної власності та поширенням знань про українську кулінарну спадщину, сприяючи популяризації національної кухні.

Технічні засоби захисту авторських прав включають використання водяних знаків на фотографіях, метаданих, що містять інформацію про авторство, впровадження систем відстеження несанкціонованого використання візуального контенту в мережі Інтернет. Застосовуються сучасні способи цифрового захисту, зокрема обмеження можливості завантаження високоякісних зображень без дозволу правовласника, блокування функцій копіювання на офіційних ресурсах проєкту, використання алгоритмів розпізнавання несанкціонованих копій. Юридичний супровід проєкту передбачає розробку комплексу документів, що врегульовують питання

авторських та суміжних прав – договори з фотографами, текстовими авторами, стилістами, кулінарами, моделями, що з'являються у фотоматеріалах. Окрема увага приділяється отриманню дозволів на фотографування у приватних оселях, ресторанных закладах, під час культурних подій та фестивалів, що дозволяє уникнути юридичних конфліктів та претензій третіх осіб [34].

Особливий аспект захисту авторських прав пов'язаний із використанням традиційних кулінарних рецептів, які за своєю природою не підлягають захисту авторським правом як частина культурної спадщини та загальнолюдського знання. Проте, авторськими правами захищаються конкретні формулювання рецептів, їхні модифікації, створені в рамках проєкту, оригінальні методи приготування та інноваційні комбінації інгредієнтів. Система атрибуції джерел рецептів, зазначення регіональних варіацій та визнання внеску інформантів забезпечує етичний вимір використання традиційних знань.

Стратегія монетизації проєкту базується на багатоканальному підході з дотриманням авторських прав усіх учасників. Ліцензування контенту для використання третіми особами, реалізація друкованих видань на основі фоторепортажу, проведення майстер-класів, виставок, створення мерчендайзингової продукції становлять основні напрямки комерціалізації інтелектуальної власності, створеної в рамках проєкту.

Превентивні заходи захисту авторських прав включають моніторинг медіапростору та оперативне реагування на випадки несанкціонованого використання матеріалів проєкту. Підготовлені шаблони претензій, адвокаційних запитів для соціальних мереж та хостинг-провайдерів дозволяють швидко ініціювати процедуру видалення неправомірно розміщеного контенту. Документування випадків порушення авторських прав, формування доказової бази та систематизація інформації про порушників забезпечують можливість ефективного судового захисту у разі необхідності.

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в

сучасному форматі» характеризується низкою унікальних рис, які забезпечують його виразне позиціонування на тлі наявних конкурентів у медіапросторі. Фундаментальною особливістю проєкту виступає концептуальний підхід до репрезентації української кухні як динамічної системи, здатної адаптуватися до сучасних реалій без втрати автентичності та культурної значущості. Фоторепортаж візуалізує процес трансформації традиційних страв, демонструючи спадкоємність кулінарних практик та їхню еволюцію в умовах глобалізованого світу.

Проєкт вирізняється гармонійним балансом між історичною достовірністю та сучасними гастрономічними тенденціями. На відміну від конкурентних продуктів, які часто зосереджуються виключно на автентичності або, навпаки, на модернізації традиційних страв, фоторепортаж демонструє органічний зв'язок між минулим і сьогоденням. Кожна страва представлена з висвітленням її історичного контексту, регіональних варіацій, сакральних смислів та сучасних інтерпретацій, що створює багатоплановий наратив, привабливий для різних категорій споживачів.

Методологічна строгість дослідження кулінарних традицій поєднується з творчим, мистецьким підходом до візуального представлення матеріалу. Фотографії виконані з дотриманням професійних стандартів фуд-фотографії, з увагою до композиції, освітлення, кольорової гами, фактурності, що створює потужне естетичне враження. Кожна світлина функціонує одночасно як документальне свідчення та художній твір, викликаючи не лише пізнавальний, але й емоційний відгук аудиторії.

Принципова відмінність проєкту від існуючих медіапродуктів полягає у системному представленні повного циклу створення страви – від вирощування та заготівлі сировини до споживання готової їжі в культурно значущому контексті. Такий холистичний підхід дозволяє розкрити глибинні зв'язки між аграрними практиками, сезонністю харчування, технологіями обробки продуктів, обрядами, соціальними взаємодіями, родинними традиціями, що

формують кулінарну культуру нації [59].

Проект пропонує унікальне переосмислення взаємозв'язку їжі з національною ідентичністю, демонструючи, як традиційні страви відображають ментальність, історичний досвід, естетичні уподобання, адаптаційні механізми українського народу. Фоторепортаж уникає поверхневої екзотизації національної кухні, натомість розкриваючи її еволюційну природу, здатність інтегрувати нові інгредієнти, технології, впливи без втрати самобутності.

Міждисциплінарний підхід до висвітлення теми забезпечує інтелектуальну глибину та багатоаспектність представлення матеріалу. Залучення експертів з різних галузей – етнологів, істориків, дієтологів, шеф-кухарів, фермерів, виробників традиційних продуктів – створює полілог, що розкриває українську кухню з різних перспектив, уникаючи одновимірності та спрощення. Така методологія контрастує з поширеним у конкурентних медіапродуктах фокусуванням виключно на технологічних аспектах приготування або, навпаки, на культурологічних узагальненнях без практичного складника.

Інноваційність проекту проявляється у переосмисленні традиційних інгредієнтів, технік приготування, естетики подачі страв відповідно до сучасних гастрономічних трендів на здорове харчування, мінімізацію харчових відходів, локальні продукти, сезонне меню. Фоторепортаж демонструє, як автентичні рецепти можуть бути адаптовані до сучасних дієтичних уподобань – веганства, безглютенового харчування, палеодієти – без втрати своєї культурної автентичності.

Проект вирізняється залученням широкого кола учасників – від визнаних шеф-кухарів до сільських господинь, від виробників крафтових продуктів до науковців, що забезпечує демократичність та інклюзивність представлення української кухні. Фоторепортаж уникає елітарності, притаманної деяким гастрономічним проектам, натомість демонструючи, як національна кухня

функціонує в різних соціальних контекстах, об'єднуючи покоління, регіони, соціальні верстви.

Особливою рисою проєкту виступає його гастродипломатичний вимір – націленість на представлення української кухні міжнародній аудиторії як частини нематеріальної культурної спадщини, що заслуговує на визнання та повагу. Фоторепортаж демонструє унікальні, автентичні елементи національної кулінарної традиції, водночас підкреслюючи їхню здатність інтегруватися до глобального гастрономічного дискурсу, взаємодіяти з іншими кулінарними культурами. Освітній компонент проєкту реалізується через детальне представлення технологічних процесів, специфічних прийомів приготування, традиційного кухонного начиння, що дозволяє аудиторії не лише дізнатися про страви, але й опанувати практичні навички їхнього приготування. Фоторепортаж виконує функцію збереження та передачі кулінарних знань, забезпечуючи їхню доступність для широкого кола споживачів [33].

Візуальна мова проєкту формує унікальний естетичний канон репрезентації української кухні, поєднуючи елементи традиційної народної естетики з сучасними візуальними трендами. Стилiстична єдність фотографій, кольорове рішення, композиційні прийоми створюють впізнаваний, автентичний візуальний стиль, що вирізняє проєкт серед конкурентів та забезпечує його ідентифікацію аудиторією на різних медіаплатформах.

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» створює новий стандарт представлення національної кухні, демонструючи її не як статичний набір рецептів, а як живу, еволюціонуючу систему, здатну адаптуватися до змінних умов, інтегрувати нові елементи, відповідати на сучасні виклики. Такий динамічний підхід контрастує з поширеною у конкурентних проєктах тенденцією до музеєфікації кулінарних традицій, їхнього представлення як незмінних, закостенілих практик, ізольованих від сучасних реалій.

### 1.3. Концептуальні засади створення медіапродукту

Фоторепортаж як жанр візуальної комунікації сформувався на перетині документалістики та художньої фотографії, створюючи багатовимірну систему передачі інформації через послідовність візуальних образів. Складна природа фоторепортажу забезпечує його потужний вплив на аудиторію, поєднуючи об'єктивну фіксацію реальності з емоційно-чуттєвим відображенням подій, процесів, явищ.

Методологічні засади фоторепортажу як комунікаційного інструменту розкриваються через дослідження функціональної специфіки, структурних елементів, комунікативного потенціалу та естетичних параметрів фотографічних серій, об'єднаних спільною темою, ідеєю, наративом. Дослідники В. Ф. Іванов та О. В. Волошенюк наголошують на подвійній природі фоторепортажу – його здатності одночасно фіксувати факти та конструювати наратив, забезпечуючи таким чином синтез інформаційної та оповідної функцій [18].

Комунікативні властивості фоторепортажу реалізуються на декількох рівнях – від безпосередньо інформативного, який передає фактологічні дані про зображуваний об'єкт, до емоційно-психологічного, що активізує афективні реакції аудиторії, формуючи особистісне ставлення до представленого матеріалу. Р. Н. Ширман акцентує увагу на здатності професійного фоторепортажу створювати «ефект присутності», забезпечуючи занурення глядача в атмосферу зображуваної події чи процесу, що принципово важливо для культурологічних проєктів, спрямованих на актуалізацію традиційних практик у сучасному контексті [49]. Структурна побудова фоторепортажу передбачає логічну послідовність знімків, які розкривають розвиток подій, демонструють етапи процесу, візуалізують трансформацію об'єктів, водночас створюючи цілісне сприйняття теми через композиційну та стилістичну єдність серії. Синтагматичні та парадигматичні зв'язки між окремими фотографіями формують метанаратив, який виходить за межі

інформаційного змісту кожного окремого знімка.

Жанрова специфіка фоторепортажу визначається документальною достовірністю, автентичністю відтворення реальності, прямим відображенням факту, водночас зберігаючи можливості для авторської інтерпретації через специфіку композиційних рішень, ракурсу, світла, перспективи, фокусування. Візуальна мова фоторепортажу формується з урахуванням соціокультурного контексту, враховуючи специфіку сприйняття цільової аудиторії, її візуальний досвід, культурний бекграунд. О. П. Мокрогуз підкреслює, що фоторепортаж як жанр медіакомунікації потребує від аудиторії специфічних навичок візуальної грамотності для адекватного сприйняття та інтерпретації представленої інформації [24]. Комплексний аналіз візуальних кодів, використаних у фоторепортажі, дозволяє декодувати не лише експліцитний зміст, але й імпліцитні сенси, закладені автором у структуру візуального повідомлення.

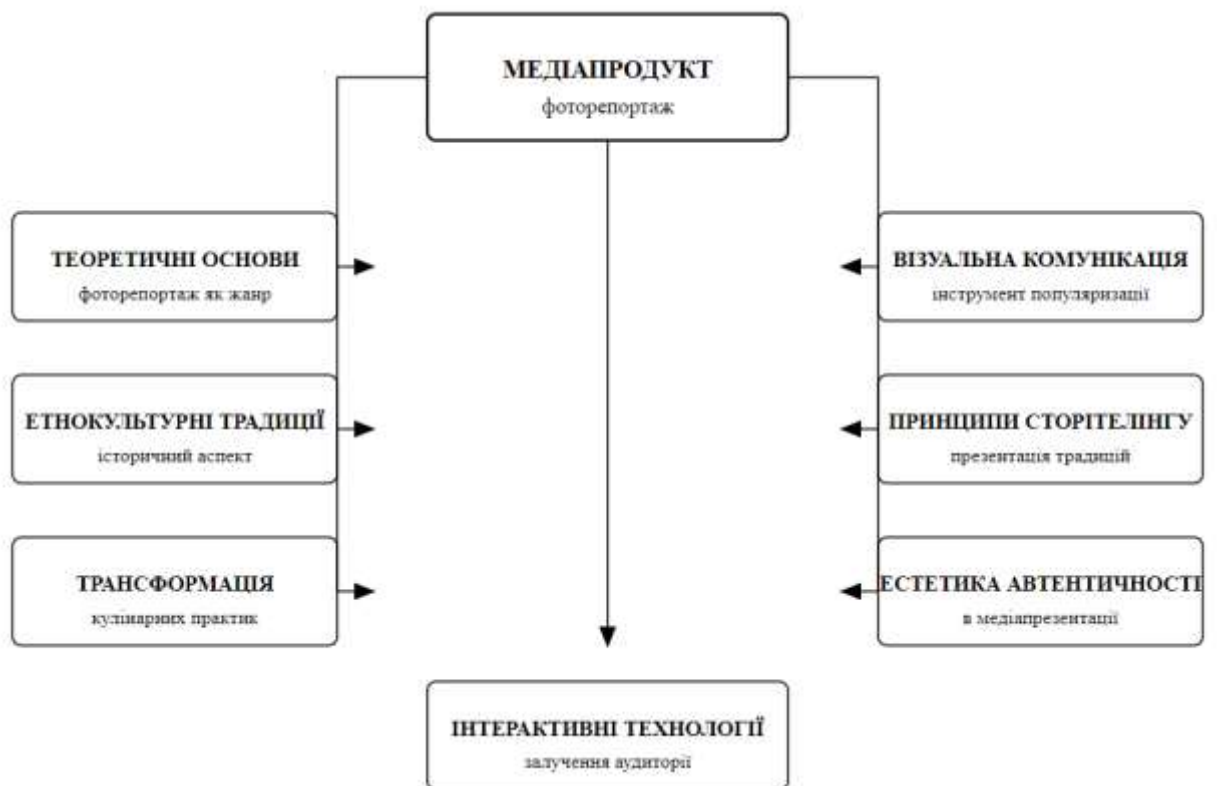


Рис. 1.1. Концептуальна модель медіапродукту

*Джерело: складено автором*

Історіографія розвитку фоторепортажу демонструє еволюцію жанру від простої фіксації подій до складних наративних конструкцій з багаторівневою структурою сенсів, інтертекстуальними зв'язками, авторською рефлексією. Сучасний фоторепортаж активно інтегрує елементи художньої фотографії, використовуючи метафори, алюзії, символічні образи для посилення емоційного впливу на аудиторію. Г. Г. Почепцов аналізує трансформацію комунікативних практик у цифрову епоху, відзначаючи посилення рівня суб'єктивності та інтерпретативності у фотодокументалістиці, що пов'язано з розмиванням меж між інформаційними та розважальними функціями медіа [32]. Естетичні параметри фоторепортажу набувають особливого значення в контексті загального підвищення медіаграмотності аудиторії, яка здатна критично оцінювати якість візуального контенту, його художню цінність, технічну досконалість.

Функціональна специфіка фоторепортажу в системі сучасної медіакомунікації визначається його здатністю до миттєвої передачі значних обсягів інформації, яку вербальний текст міг би передати лише розгорнутим описом. Ю. Ю. Наливайко, досліджуючи співвідношення понять «текст» та «медіатекст», підкреслює інтегративну природу фоторепортажу, його здатність функціонувати як самостійний комунікативний акт або як компонент мультимедійного повідомлення [27]. Семіотичний аналіз фоторепортажу розкриває складну систему знаків, які забезпечують комунікацію на різних рівнях сприйняття – від безпосередньої ідентифікації зображуваних об'єктів до декодування культурних смислів, представлених через візуальні символи. С. Шейбе та Ф. Рогоу наголошують на необхідності спеціальної підготовки аудиторії для повноцінного сприйняття мови фоторепортажу, розуміння його специфічних прийомів, розпізнавання маніпулятивних технік, які можуть використовуватися для впливу на громадську думку [48].

Техніко-технологічний вимір фоторепортажу охоплює комплекс питань, пов'язаних з вибором апаратури, оптики, освітлення, програмного

забезпечення для обробки зображень, форматів публікації. Професійний фоторепортаж передбачає володіння фотографом широким спектром технічних засобів, які дозволяють адекватно відобразити специфіку об'єкта зйомки, передати його унікальні характеристики, забезпечити багатство візуальних деталей при збереженні загальної композиційної цілісності.

В. Е. Шевченко, аналізуючи особливості створення мультимедійних історій, підкреслює значення технічної досконалості зображень для сприйняття аудиторією їхньої достовірності та автентичності [47]. Поєднання майстерності фотографа з можливостями сучасної техніки дозволяє створювати фоторепортажі, які не лише документують реальність, але й інтерпретують її, акцентуючи увагу на ключових моментах, виокремлюючи найбільш значущі елементи, вибудовуючи візуальну ієрархію важливості.

Українська кухня як складна система культурних практик, сакральних смислів, технологічних рішень та соціальних взаємодій сформувалася під впливом географічних, історичних, соціально-економічних чинників, відображаючи етнічну ідентичність, ментальні особливості, світоглядні принципи нації. Історіографічний аналіз формування кулінарних традицій українців демонструє їхній нерозривний зв'язок з аграрним календарем, обрядовими практиками, господарчим устроєм, міжкультурними контактами. Хронологічна стратифікація української кухні розкриває її еволюцію від архаїчних форм, пов'язаних з примітивними способами обробки продуктів, до складних кулінарних технік, які синтезували автохтонні традиції з європейськими впливами, адаптували інгредієнти, запозичені з інших культур, до місцевого кулінарного канону. Дослідження етнокультурних традицій української кухні вимагає міждисциплінарного підходу, поєднуючи методологію історичної науки, етнології, культурології, соціальної антропології, семіотики [18].

Семантична структура української кухні виявляє глибинний символізм страв, їхній зв'язок з ритуальними практиками, календарними святами,

етапами життєвого циклу людини. Обрядова їжа функціонувала як комунікативний код, що забезпечував взаємодію між різними сферами буття – сакральним і профанним, життям і смертю, людським і природним. Хліб у традиційній культурі українців набував статусу полісемантичного символу, втілюючи ідеї родючості, достатку, гостинності, неперервності роду. Різновиди обрядового хліба – колачі, калачі, короваї, паски – маркували різні обрядові ситуації, забезпечуючи символічну комунікацію між учасниками ритуалу. Г. В. Курінна, аналізуючи наративні стратегії в медіа, підкреслює необхідність розкриття семіотичної природи традиційних страв для повноцінного представлення кулінарних традицій у сучасних медіакомунікаціях [12].

Регіональні особливості української кухні сформувалися під впливом локальних природно-кліматичних умов, історичних обставин, міжетнічної взаємодії. Західноукраїнська кулінарна традиція зазнала значного впливу польської, угорської, австрійської кухонь, східноукраїнська – російської та татарської, південноукраїнська – грецької, болгарської, кримськотатарської, турецької. Попри регіональні відмінності, українська кухня зберігає спільні риси, які визначають її національну специфіку – переважання борошняних та круп'яних страв, значна роль овочів, особливо капусти, буряка, моркви, раціональне використання м'яса та м'ясних продуктів, різноманітність способів термічної обробки, гармонійне поєднання смаків [8]. Палітра традиційних технологій приготування демонструє адаптацію до місцевих умов – широке використання печі, яка дозволяла одночасно готувати декілька страв, техніки квашення, засолювання, сушіння для зберігання продуктів, специфічні прийоми механічної обробки.

Історична динаміка української кухні виявляє її адаптивний потенціал, здатність інтегрувати нові продукти, техніки, смакові поєднання без втрати національної своєрідності. Впровадження картоплі, помідорів, кукурудзи, соняшника – культур американського походження – трансформувало

традиційний раціон українців, створивши нові страви, які згодом стали сприйматися як споконвічно українські.

Технологічні інновації – поява плити з конфорками, нових видів кухонного начиння, вдосконалення способів зберігання продуктів – модифікували традиційні рецепти, адаптуючи їх до змінених умов побуту. Соціально-економічні трансформації XIX-XX століть – урбанізація, індустріалізація, зміна структури зайнятості – вплинули на щоденний раціон, спричинивши відмову від трудомістких технологій приготування на користь швидких рецептів [35].

Семіотичний аналіз традиційного столу демонструє складну ієрархію страв, їхнє функціональне навантаження, символічне значення. Перша страв – рідка, гаряча, готована на воді чи молоці – символізувала єдність роду, соціальні зв'язки. Друга страв – консистентна, поживна – відображала зв'язок людини із землею, результатами аграрної праці. Специфічна роль відводилася напоям – узварам, киселям, медам, які завершували трапезу, підкреслюючи її цілісність, замкненість структури. В. В. Байдик акцентує увагу на сакральному вимірі традиційної трапези, її ритуалізованому характері, чіткій послідовності дій, які регламентувалися звичаєвим правом [33]. Сакральні тексти, що супроводжували приготування та споживання їжі – молитви, примовки, побажання – формували комунікативний простір, який об'єднував учасників трапези, підкреслюючи її соціальну функцію.

Трансформація традиційної кухні під впливом урбанізаційних процесів, технологічних інновацій, глобалізаційних тенденцій не призвела до повної втрати її національної специфіки. Попри модифікації рецептів, спрощення технологій, появу нових інгредієнтів, українська кухня зберігає ядро традиційних страв, які виконують функцію маркерів етнічної ідентичності. Борщ, вареники, голубці, сало, паляниця сприймаються не лише як гастрономічні артефакти, але й як культурні символи, що втілюють національну своєрідність, історичну пам'ять, зв'язок поколінь. О. В. Тодорова,

досліджуючи комунікаційні стратегії, підкреслює роль традиційних страв як культурних кодів, які активізують емоційні реакції, пов'язані з національною ідентичністю, родинною історією, особистими спогадами [41].

Динамічні процеси глобалізації, інтернаціоналізації, діджиталізації трансформують традиційні кулінарні практики, модифікуючи технології приготування, рецептури, естетику подачі, соціальні функції їжі. Аналіз сучасних тенденцій у розвитку української кухні демонструє паралельні процеси – з одного боку, спрощення, уніфікацію, стандартизацію кулінарних практик під впливом глобальних трендів фастфуду, конвенієнс-продуктів, доставки готової їжі, з іншого – відродження інтересу до автентичних рецептів, традиційних технологій, локальних продуктів. Дихотомія глобального та локального у сфері гастрономії відображає загальні тенденції розвитку сучасної культури, де уніфікаційні процеси парадоксальним чином стимулюють пошук унікальності, своєрідності, автентичності. С. П. Анахов та інші дослідники, аналізуючи трансформацію культурних практик в умовах глобалізації, відзначають формування нової гастрономічної парадигми, яка інтегрує елементи різних кулінарних традицій у глобальний кулінарний дискурс [2].

Темпоральні характеристики сучасних кулінарних практик суттєво відрізняються від традиційних моделей – прискорений ритм життя, зміна структури зайнятості, трансформація гендерних ролей спричиняють тенденцію до оптимізації часу, витраченого на приготування їжі. Історичні рецепти, які передбачали тривале приготування, багатоетапну обробку продуктів, складні технологічні процеси, адаптуються до сучасних умов через спрощення технологій, використання кухонної техніки, попередньо оброблених інгредієнтів. О. В. Лаврик, досліджуючи комунікативні практики сучасності, підкреслює трансформацію смислових конотацій, пов'язаних з їжею, – від функціональної необхідності до сфери естетики, творчого самовираження, соціальної комунікації [13]. Процеси приготування та

споживання їжі набувають нових соціальних функцій, перетворюючись на медіаподію, об'єкт фотографування, тему для дискусій у соціальних мережах.

Візуалізація кулінарних практик становить характерну рису сучасної гастрономічної культури – їжа перетворюється на об'єкт естетичного споглядання, набуваючи якостей мистецького твору. Дизайн страв, композиційна побудова, кольорова гама, текстура стають об'єктами особливої уваги, формуючи нові стандарти сприйняття їжі. Фотографування страв, публікація зображень у соціальних мережах трансформують приватний досвід споживання їжі у публічний перформанс, створюючи віртуальний простір гастрономічної комунікації.

Л. Божук, аналізуючи вплив інформаційних технологій на культурні практики, акцентує увагу на формуванні специфічної візуальної мови представлення кулінарного досвіду в цифровому середовищі, де естетика превалює над функціональністю [4]. Традиційні українські страви, адаптовані до сучасної естетики, набувають нових візуальних форм, зберігаючи автентичні смакові характеристики.

Трансформація соціокультурних функцій їжі відображає загальні тенденції розвитку суспільства споживання – гастрономічний досвід набуває рис статусного маркера, засобу соціальної диференціації, інструменту формування ідентичності. Відвідування ресторанів української кухні, участь у кулінарних майстер-класах, колекціонування автентичних рецептів, експериментування з традиційними техніками стають елементами специфічного культурного капіталу, який активно демонструється в соціальних мережах. Т. Мельник, досліджуючи тенденції медіаринку, відзначає зростання популярності відеоконтенту, присвяченого традиційній кухні, який поєднує розважальну та освітню функції, формуючи новий формат презентації культурних практик [20]. Монетизація кулінарних традицій через систему гастрономічного туризму, тематичних екскурсій, фестивалів, ярмарків створює нові економічні моделі функціонування нематеріальної

культурної спадщини в ринкових умовах.

Екологічний дискурс сучасної гастрономії актуалізує окремі аспекти традиційної української кухні, які відповідають глобальним трендам на сталий розвиток, раціональне використання ресурсів, мінімізацію харчових відходів. Сезонність харчування, локальні продукти, технології збереження врожаю, комплексне використання сировини, характерні для традиційної української кухні, набувають нового звучання в контексті екологічних викликів.

Г. Тулодзєцький, Б. Герціг та С. Графе, аналізуючи трансформацію культурних практик в умовах глобальних викликів, підкреслюють потенціал традиційних моделей господарювання для формування нової етики споживання [42]. Регіональні особливості української кухні, різноманітність локальних рецептів, специфіка сировинної бази забезпечують багатий матеріал для розвитку концепції теруарної гастрономії, яка акцентує увагу на зв'язку продуктів з певною територією, її кліматом, ґрунтами, мікрофлорою.

Медіатизація кулінарних практик створює новий вимір функціонування традиційної кухні – від телевізійних шоу до спеціалізованих YouTube-каналів, від кулінарних блогів до мобільних додатків з рецептами. Традиційна українська кухня трансформується у медіаконтент, який споживається не лише з практичною метою, але й для розваги, естетичного задоволення, формування культурного капіталу. Дослідники О. В. Курбан та С. О. Курбан відзначають зміну комунікативних стратегій у представленні кулінарних традицій – від класичних кулінарних книг до інтерактивних форматів, які залучають аудиторію до активної взаємодії, спільного створення контенту, обміну досвідом [11]. Віртуалізація кулінарних практик створює нові форми спільнот, об'єднаних інтересом до традиційної кухні, – від груп у соціальних мережах до тематичних форумів, від спеціалізованих платформ до тематичних чатів у месенджерах.

Візуальна комунікація у просторі сучасної медіакультури постає потужним інструментом поширення знань про національні кулінарні традиції,

формуючи багаторівневий діалог між носіями автентичних практик та сучасною аудиторією. Мультисенсорна природа гастрономічного досвіду вимагає особливих підходів до його візуальної репрезентації, адже камера має передати не лише зовнішній вигляд страв, але й апелювати до смакових, ароматичних, тактильних відчуттів, які безпосередньо фотографія зафіксувати не може. Складність такого завдання спонукає до пошуку новаторських візуальних рішень, які активізують уяву глядача, стимулюють синестезійне сприйняття, створюють комплексне враження від кулінарного артефакту.

Фотографічне відтворення текстури традиційних українських страв вимагає специфічних технік макрозйомки, продуманого освітлення, акцентування на фактурі, що дозволяє передати важливі сенсорні характеристики – хрумкість скоринки хліба, соковитість начинки вареників, ніжність сирної маси, пружність тіста. Гастрономічна фотографія як спеціалізований жанр візуальної комунікації сформувала власну семіотичну систему, де кожен елемент композиції – розріз, крапля, пара, відблиск – несе інформацію про фізичні властивості страви, стимулюючи у глядача гастрономічну уяву, здатність передбачити смакові відчуття від спогляданого об'єкта.

Семантичний потенціал візуального образу розкривається через систему культурних конотацій, асоціативних зв'язків, символічних значень, які активізуються у свідомості глядача при спогляданні зображення. Використання традиційного посуду – керамічних мисок, дерев'яних ложок, скляних сулій, полотняних рушників – створює автентичний контекст, який посилює сприйняття страви як елемента культурної спадщини. Колористичне рішення фотографій української кухні часто апелює до національної символіки, використовуючи традиційні колірні поєднання – червоне і чорне, синє і жовте, зелене і коричневе – для підкреслення культурної ідентичності зображуваних об'єктів.

Відтворення процесуальності приготування страв через послідовність

фотографій дозволяє зафіксувати трансформацію сировини у готовий продукт, візуалізувати технологічні прийоми, демонструючи майстерність кулінара. Динамічна природа фоторепортажу відповідає потребам документування кулінарних практик, які розгортаються у часі, включають багатоетапну обробку інгредієнтів, специфічні маніпуляції, особливі техніки. Ритмічна організація фотосерії – чергування загальних планів із детальними, акцентування ключових моментів технологічного процесу, фіксація результатів кожного етапу – створює наративну структуру, яка забезпечує розуміння послідовності дій, необхідних для приготування страви.

Зазначимо, що метафоричний потенціал візуальної мови дозволяє через фотографію передавати не лише конкретні об'єкти, але й абстрактні поняття, емоційні стани, культурні смисли. Використання метафор, алюзій, символів у фотографічному зображенні українських страв розширює семантичне поле повідомлення, додаючи до інформаційного компонента емоційно-чуттєвий, асоціативний, ціннісний виміри. Візуалізація темпоральних аспектів української кухні – сезонності, циклічності, історичної тяглості – потребує особливих композиційних рішень, які підкреслюють зв'язок кулінарних практик з природними ритмами, календарними обрядами, життєвим циклом людини. Використання мотивів зміни пір року, росту рослин, трансформації природних форм створює метафоричний контекст для сприйняття традиційної кухні як невід'ємного елемента екосистеми.

Трансформація комунікативного простору під впливом цифрових технологій створює нові можливості для візуальної репрезентації української кухні – від інтерактивних фотогалерей до віртуальних турів кухнями різних регіонів, від 3D-моделювання страв до доповненої реальності, яка дозволяє віртуально «приготувати» традиційну страву. Інтеграція фотографії з іншими медіаформатами – текстом, аудіо, відео, інфографікою – формує мультимедійне середовище, яке забезпечує комплексне сприйняття інформації про українську кухню, її історичний розвиток, регіональні особливості,

сучасні трансформації.

Візуальне картографування української кухні через геоприв'язку фотографій до конкретних місцевостей створює просторову модель розповсюдження кулінарних традицій, демонструючи регіональні особливості, локальні варіації рецептів, зони культурного впливу. Інтерактивна карта кулінарних традицій, побудована на основі геотегованих фотоматеріалів, дозволяє користувачу самостійно обирати маршрут віртуальної подорожі, фокусуватися на окремих регіонах, порівнювати страви з різних місцевостей, формуючи персоналізований досвід взаємодії з інформацією про українську кухню.

Комерціалізація візуального контенту, присвяченого національній кухні, відбувається через різноманітні канали – від продажу професійних фотографій для кулінарних видань до створення брендованого контенту для ресторанів, від розробки фотоілюстрацій для кулінарних книг до виставкових проєктів, які представляють українську гастрономічну культуру в галерейному просторі. Естетизація кулінарних артефактів через високоякісну фотографію сприяє їхньому переосмисленню не лише як елементів побуту, але й як об'єктів культурної спадщини, які заслуговують на музеєфікацію, дослідження, збереження.

Сторітелінг як метод комунікації через наративні структури забезпечує емоційне залучення аудиторії до сприйняття етнокультурних традицій, трансформуючи абстрактну інформацію про кулінарні практики в персоналізований досвід, який резонує з власними переживаннями, спогадами, цінностями реципієнта. Наративізація кулінарних традицій розкриває їхню багатовимірність, вписуючи практики приготування їжі в широкий контекст людських історій, родинних зв'язків, соціальних відносин, культурної ідентичності. Застосування технік сторітелінгу у фоторепортажі про українську кухню дозволяє подолати відчуження, характерне для формального опису рецептів, активізуючи емоційну реакцію аудиторії,

стимулюючи емпатію, створюючи відчуття причетності до представлених традицій.

Архетипна структура наративу, побудованого навколо кулінарних практик, відображає фундаментальні патерни людського досвіду – ініціацію через опанування складних технік приготування, трансформацію через процес приготування, перетворення базових інгредієнтів на досконалу страву, долаття перешкод у вигляді технологічних складнощів, дотримання правил і табу, пов'язаних з приготуванням окремих страв. Використання архетипних мотивів у сторітелінгу про українську кухню забезпечує універсальність сприйняття, резонанс з колективним несвідомим аудиторії, незалежно від її етнічної приналежності, віку, соціального статусу.

Персоналізація кулінарного досвіду через включення в наратив конкретних людей – господинь, шеф-кухарів, фермерів, виробників традиційних продуктів – створює емоційну точку входу в тему, дозволяючи аудиторії ідентифікуватися з героями розповіді. Біографічний наратив, побудований навколо носія традиційних кулінарних практик, розкриває процес передачі знань від покоління до покоління, механізми збереження культурної пам'яті, трансформацію традицій під впливом особистого досвіду, родинних обставин, соціально-історичних умов. Індивідуальні історії, пов'язані з приготуванням та споживанням традиційних страв, відображають універсальні для української культури ціннісні орієнтації – повагу до хліба, культ гостинності, шанування сімейних традицій, дбайливе ставлення до природних ресурсів.

Драматургічна структура сторітелінгу у фоторепортажі вибудовується з урахуванням класичних принципів – експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка – що забезпечує динаміку сприйняття, утримує увагу аудиторії, створює емоційну напругу та її розрядку. Використання драматичних елементів у розповіді про приготування традиційних страв – конфлікт між традицією та інновацією, подолання технологічних складнощів,

несподівані повороти в процесі приготування, ризик невдачі та остаточний успіх – надає наративу динамічності, перетворюючи процес приготування їжі на захопливу історію. Темпоральна організація наративу може відображати різні часові пласти – історичне минуле, в якому сформувалася традиція, сучасний контекст її функціонування, футуристичні прогнози щодо трансформації кулінарних практик.

Міфологізація кулінарних традицій через інтеграцію в наратив елементів народних легенд, етіологічних міфів, апокрифічних історій збагачує культурний контекст сприйняття, пов'язуючи конкретні страви з колективною пам'яттю, символічними смислами, сакральними текстами. Міфопоетичний вимір української кухні розкривається через асоціативні зв'язки між кулінарними практиками та космогонічними уявленнями, ритуальними діями, магічними віруваннями, що дозволяє представити традиційні страви як елементи цілісної світоглядної системи, а не лише як засіб задоволення фізіологічних потреб.

Наративна структура фоторепортажу про українську кухню може вибудовуватися за різними принципами – хронологічним (відображення історичної еволюції кулінарних практик), регіональним (подорож кухнями різних областей України), сезонним (цикл приготування страв відповідно до річного календаря), процесуальним (від вирощування сировини до споживання готової страви), символічним (розкриття культурних смислів, закодованих у традиційних стравах). Комбінація різних наративних стратегій забезпечує багатовимірність представлення теми, можливість різних рівнів прочитання матеріалу залежно від рівня підготовки, інтересів, очікувань аудиторії.

Емоційна палітра сторітелінгу про українську кухню включає широкий спектр почуттів – від ностальгії за дитинством, пов'язаним зі смаками бабусиних страв, до гордості за багату культурну спадщину, від здивування незвичними інгредієнтами та техніками до радості від успішного відтворення

складного рецепта. Емоційний компонент наративу забезпечує глибше залучення аудиторії, формування особистісного ставлення до представленого матеріалу, мотивацію до практичного засвоєння традиційних рецептів. Використання сенсорних описів, які активізують уяву читача, дозволяє компенсувати обмеження фотографії, що не може безпосередньо передати смак, аромат, температуру, текстуру страви.

Інтерактивний потенціал сучасного сторітелінгу реалізується через залучення аудиторії до співтворення наративу – коментування, доповнення власними історіями, обмін варіаціями рецептів, участь у кулінарних челенджах, інспірованих фоторепортажем. Трансмедійний сторітелінг дозволяє розгортати наратив на різних платформах – від друкованих видань до соціальних мереж, від освітніх проєктів до туристичних маршрутів, створюючи цілісний інформаційний простір, у якому традиційна українська кухня представлена як живий, еволюціонуючий елемент національної культури.

Естетика автентичності як візуально-філософська концепція формує особливий вимір медіапродукту про українську кухню, апелюючи до фундаментальної потреби сучасної людини у справжньому, непідробному, укоріненому в традиції досвіді. Візуалізація автентичності передбачає пошук балансу між документальною точністю відтворення кулінарних практик та художньою виразністю фотографічного образу, створюючи багат шарову семіотичну структуру, яка розкривається на різних рівнях сприйняття. Патина часу, сліди використання на предметах традиційного кухонного начиння, недосконалості ручного ліплення вареників чи пиріжків, природна асиметрія форм домашньої випічки постають у фоторепортажі не як недоліки, а як цінні маркери автентичності, які протистоять стерильній досконалості сучасної комерційної кулінарної фотографії [2].

Естетизація недосконалості через відповідні фототехніки – вибіркоче фокусування, м'яке розсіяне світло, акцентування фактур – створює особливу

атмосферу інтимності, рукотворності, індивідуальності кулінарного процесу. Ця візуальна стратегія корелює з глобальним трендом wabi-sabi – японською естетичною концепцією, що цінує недосконалість, незавершеність, непостійність як автентичні прояви життя. Темна, насичена кольорова гама, характерна для традиційних українських інтер'єрів, створює глибоке, інтимне відчуття занурення у простір, де сакральне і профанне, повсякденне і ритуальне перебувають у нерозривній єдності [19].

Світлотіньове моделювання предметного середовища традиційної української кухні через використання бокового освітлення, світлових акцентів, контрастних світлотіньових переходів апелює до естетики жанрового живопису, створюючи алюзії на полотна старих майстрів, які зафіксували сцени повсякденного життя минулих епох. Підкреслення фактурності поверхонь – грубого полотна рушників, шерехатої глазури керамічного посуду, пористої структури домашнього хліба – стимулює тактильну уяву глядача, створюючи ефект сенсорної залученості до зображуваного простору. Така естетична стратегія протистоїть гіперреалізму сучасної комерційної фотографії, яка через надмірну стилізацію, штучне освітлення, постобробку створює ідеалізовані, відірвані від реальності образи їжі [4].

Колористичне рішення фоторепортажу про українську кухню апелює до архетипної символіки кольорів, характерної для національної культури, – поєднання червоного з чорним як символ родючості та життєвої сили, жовтого із синім як відображення єдності землі і неба, зеленого з білим як знак оновлення, відродження природних циклів. Природна кольорова гама інгредієнтів української кухні – глибокий червоний буряка, насичений жовтий зерна, соковита зелень трав, золотистий мед – формує візуальну стилістику, яка асоціюється з природними циклами, сезонністю, екологічністю традиційного харчування [5].

Хронотопічні характеристики візуального наративу про українську

кухню відображають специфічне сприйняття часу і простору, властиве традиційній культурі, – циклічність замість лінійності, ритуальна повторюваність дій, синхронізація кулінарних практик з природними ритмами, аграрним календарем. Композиційна структура фотографій демонструє органічне вписування людини в предметне середовище, її гармонійну взаємодію з кухонним простором, знаряддями праці, продуктами, що підкреслює екологічність традиційного світосприйняття, єдність людини з навколишнім середовищем [48].

Текстуальна спрямованість медіапродукту виявляється у прагненні до реконструкції автентичних кулінарних практик на основі етнографічних досліджень, архівних матеріалів, спогадів носіїв традиції. Науково обґрунтоване відтворення історичних рецептів, технологій, інструментів забезпечує достовірність представленої інформації, її освітню цінність, історичну точність. Водночас сучасна інтерпретація традиційних практик через призму актуальних гастрономічних трендів – нової нордичної кухні, локаворства, слоуфуду – демонструє адаптивність української кулінарної традиції, її здатність відповідати на виклики сьогодення, інтегруватися в глобальний гастрономічний дискурс без втрати національної своєрідності [26].

Інтерактивність як комунікативна стратегія медіапродукту забезпечує трансформацію пасивного споживання інформації про українську кухню в активну, діалогічну взаємодію з кулінарними традиціями, їхнє практичне освоєння, творче переосмислення, інтеграцію в повсякденні практики аудиторії. Фоторепортаж із фіксатора реальності перетворюється на каталізатор дій, стимулюючи реципієнтів до відтворення побачених страв, експериментування з традиційними техніками, спільного обговорення результатів. Мультиmodalний характер взаємодії з аудиторією передбачає звернення до різних каналів сприйняття, активізацію різних типів інтелекту – від візуально-просторового до кінестетичного, від вербально-лінгвістичного до міжособистісного [42].

Технологічна платформа інтерактивної взаємодії включає широкий спектр цифрових інструментів – від QR-кодів, які розширюють фізичне видання додатковими відеоматеріалами, до спеціалізованих мобільних додатків, які дозволяють адаптувати традиційні рецепти під індивідуальні потреби користувача. Гейміфікація процесу вивчення української кухні через елементи змагання, систему винагород, поступове відкриття нових рівнів складності рецептів створює додаткову мотивацію для залучення аудиторії, особливо молодшого покоління. Віртуальні кулінарні майстер-класи, прямі ефіри з приготування традиційних страв, онлайн-дегустації забезпечують синхронну взаємодію з аудиторією, можливість отримання миттєвого зворотного зв'язку, корекції дій відповідно до реакції глядачів [60]. Ситуативність споживання медіаконтенту про українську кухню враховується через адаптацію матеріалів до різних контекстів взаємодії – від побіжного перегляду в соціальних мережах до глибокого вивчення на спеціалізованих освітніх платформах.

Модульна структура фоторепортажу дозволяє користувачеві самостійно визначати глибину занурення в тему, послідовність ознайомлення з матеріалом, фокусування на окремих аспектах відповідно до власних інтересів та потреб. Персоналізація контенту відбувається через механізми алгоритмічних рекомендацій, які формують індивідуальну траєкторію взаємодії з інформацією про українську кухню на основі попередньої активності користувача, його вподобань, демографічних характеристик [52].

Партисипативні механізми вибудовуються через залучення аудиторії до співтворення контенту – від простих форм взаємодії, як-от опитування про улюблені традиційні страви, до складних колаборативних проєктів, спрямованих на дослідження, документування, збереження локальних кулінарних традицій. Краудсорсинг інформації про регіональні варіації рецептів, специфічні інгредієнти, локальні назви страв збагачує інформаційну базу проєкту, забезпечуючи його дослідницьку цінність, репрезентативність,

інклюзивність. Стратегія проактивного залучення передбачає стимулювання аудиторії до самостійного пошуку інформації про українську кухню, її критичного аналізу, творчої інтерпретації, що відповідає сучасним освітнім парадигмам, орієнтованим на формування суб'єктності, критичного мислення, дослідницьких навичок [58].

Технології доповненої реальності розширюють можливості взаємодії з фотографічним матеріалом, дозволяючи накладати на статичні зображення додаткові інформаційні шари – анімовані демонстрації технік приготування, тривимірні моделі кухонного начиння, інтерактивні карти розповсюдження кулінарних традицій. Трансформація пасивного глядача в активного учасника процесу відбувається через систему завдань, які потребують практичного застосування отриманих знань, – від відтворення простих рецептів до організації тематичних вечорь з українськими стравами, від участі в сезонних кулінарних ритуалах до інтеграції елементів традиційної кухні в повсякденний раціон [55].

Соціальний вимір інтерактивності реалізується через створення спільнот, об'єднаних інтересом до української кухні, – від локальних груп, які практикують спільне приготування традиційних страв, до глобальних мереж, які обмінюються досвідом, адаптаціями рецептів, фотографіями результатів. Формування соціального капіталу навколо кулінарних практик забезпечує стійкість інтересу до теми, мотивацію до поглиблення знань, емоційну підтримку у процесі опанування складних технік. Групова динаміка взаємодії з кулінарними традиціями створює додаткові шари сенсів, пов'язуючи гастрономічний досвід із соціальними зв'язками, міжособистісною комунікацією, формуванням ідентичності [33].

## **Висновки до першого розділу**

Культурно-освітній потенціал інтерактивних технологій розкривається через їхню здатність трансформувати абстрактне знання про українську кухню в живий досвід, який інтегрується в особистісну систему смислів, цінностей,

практик. Процес вивчення традиційної кухні перетворюється з формального засвоєння інформації на багатовимірний культурний діалог, який збагачує світогляд, розширює культурні горизонти, формує емоційний зв'язок з національною спадщиною. Медіапродукт таким чином виконує функцію культурного посередника, який забезпечує трансляцію традиційних практик у сучасний контекст, їхню адаптацію до нових соціокультурних умов, інтеграцію в глобальний культурний простір.

## РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

### 2.1. Інформаційний привід

Інформаційним приводом для створення медіапродукту «Етнокультурні традиції по–новому: українська кухня в сучасному форматі» слугують численні трансформаційні процеси у сфері гастрономічної культури України. Аналіз даних сучасного ринку ресторанного господарства (таблиця 2.1), демонструє стрімке зростання закладів, які пропонують переосмислену українську кухню — лише за останні п'ять років кількість таких закладів збільшилася на 27%, згідно з дослідженнями Асоціації рестораторів України. Паралельно спостерігається активізація суспільного інтересу до національних кулінарних традицій як невід'ємного компонента культурної ідентичності, що підтверджується зростанням кількості фестивалів української кухні (з 17 у 2019 році до 42 у 2024 році), кулінарних шоу із національним колоритом та спеціалізованих видань з етнокулінарії.

Таблиця 2.1.

#### Динаміка розвитку ресторанів з модернізованою українською кухнею (2019–2024 рр.)

Рік	Кількість закладів	Приріст (%)	Середній чек (грн)	Представленість у регіонах (кількість областей)
2019	217	–	350	14
2020	198	–9%	410	15
2021	226	+14%	550	17
2022	235	+4%	620	18
2023	259	+10%	720	21
2024	276	+7%	840	23

*Джерело: складено автором за [7,8]*

Актуальність інформаційного приводу підсилюється й глобальними тенденціями до екологізації харчування, використання локальних продуктів та відродження автентичних гастрономічних практик, що спостерігаються в різних культурах світу. Значна кількість українських шеф–кухарів, зокрема Євген Клопотенко, Ольга Мартиновська, Володимир Ярославський, активно

переосмислюють національні кулінарні традиції, адаптуючи їх до сучасних технологій та естетичних запитів, що знаходить відображення у медіа-просторі через телевізійні програми, кулінарні блоги та спеціалізовані видання.

Фундаментальним фактором, що посилює значущість обраного інформаційного приводу, є політика культурної дипломатії України, в межах якої національна кухня розглядається як важливий компонент формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені [1]. Дослідження академічного дискурсу виявляє значний інтерес науковців до проблематики трансформації культурних традицій в умовах сучасності. Аналіз публікацій у наукометричних базах даних Web of Science та Scopus за ключовими словами «Ukrainian cuisine», «food heritage», «culinary traditions» демонструє сталу тенденцію до зростання кількості досліджень, присвячених українській гастрономічній культурі (збільшення на 18% за останні три роки).

Аналіз соціологічних опитувань, проведених компанією Research & Branding Group, засвідчує, що 68% українців вважають національну кухню важливим елементом культурної ідентичності, а 73% респондентів цікавляться сучасними інтерпретаціями традиційних страв. Водночас у науковому середовищі спостерігається дефіцит комплексних досліджень, присвячених модернізації української кухні, що створює перспективну нішу для запропонованого медіапродукту [14].

Значний резонанс у суспільстві викликають дискусії щодо автентичності модернізованих версій традиційних страв, балансу між інноваціями та збереженням культурної спадщини, що підтверджує суспільну значущість обраної тематики та її потенціал для широкого обговорення [2] (Рис 2.1).



Рис. 2.1. Інтерпретація традиційних українських страв у ресторані "Канапа" (Київ)

Аналіз медіаполя України засвідчує, що тематика трансформації традиційної кухні представлена переважно в розважальному контексті (кулінарні шоу, блоги, сторінки ресторанів у соціальних мережах) та характеризується фрагментарністю й відсутністю системного підходу до висвітлення. Ґрунтовні публікації аналітичного характеру, які б досліджували соціокультурні аспекти модернізації української кухні, зустрічаються досить рідко, переважно у спеціалізованих виданнях з обмеженою цільовою аудиторією.

Водночас значний потенціал має формат фоторепортажу, який дозволяє наочно продемонструвати трансформацію традиційних страв, поєднавши візуальний наратив з глибоким культурологічним аналізом. За даними статистики перегляду публікацій провідних українських онлайн-медіа (Українська правда, НВ, Ліга.net), матеріали, присвячені гастрономічній тематиці, стабільно входять до категорії контенту з високим рівнем залучення

аудиторії (середній час перебування на сторінці – 3,2 хвилини, що перевищує середній показник на 28%).

Особливо актуальною видається необхідність створення якісного медіапродукту, який би комплексно висвітлював проблематику модернізації української кухні як у контексті культурної ідентичності, так і з позицій економічного потенціалу гастрономічного туризму та ресторанного бізнесу [3].

## 2.2. Авторська ідея / концепція інформаційного продукту (медіа)

Авторська концепція медіапродукту «Етнокультурні традиції по-новому – українська кухня в сучасному форматі» ґрунтується на інтегративному підході до репрезентації трансформаційних процесів у сфері української гастрономічної культури через призму візуального наративу фоторепортажу з супровідним аналітичним текстовим компонентом.

Таблиця 2.1. – Структура медіапродукту за тематичними блоками

Тематичний блок	Зміст	Візуальні елементи	Експертне супроводження
Перші страви	Борщ, капуста, юшка, зелений борщ	Фотографії традиційних та модернізованих версій, процес приготування	Коментарі шеф-кухаря Євгена Клопотенка
Другі страви	Вареники, голубці, деруни, крученики	Порівняльні фотографії класичних та авторських версій	Інтерв'ю з Ольгою Мартиновською
Десерти	Калач, пампушки, медівник, сирники	Фото десертів у різних закладах України	Коментарі кондитера Валерії Калініченко
Напої	Наливки, квас, узвар, медова сита	Процес приготування, подача напоїв	Інтерв'ю з барменом Олександром Ленчиком
Регіональні особливості	Галичина, Слобожанщина, Полісся, Південь	Карти регіонів, локальні страви	Коментарі етнографа Лідії Артюх

Унікальність запропонованої ідеї полягає в дуалістичному поєднанні документального відображення сучасних інтерпретацій традиційних

українських страв через високоякісні фотозображення з глибоким культурологічним та історичним аналізом кожного кулінарного елемента, що дозволяє простежити еволюцію гастрономічних традицій від автентичних першоджерел до модернізованих версій у контексті глобальних тенденцій розвитку кулінарного мистецтва (Рис 2.2).

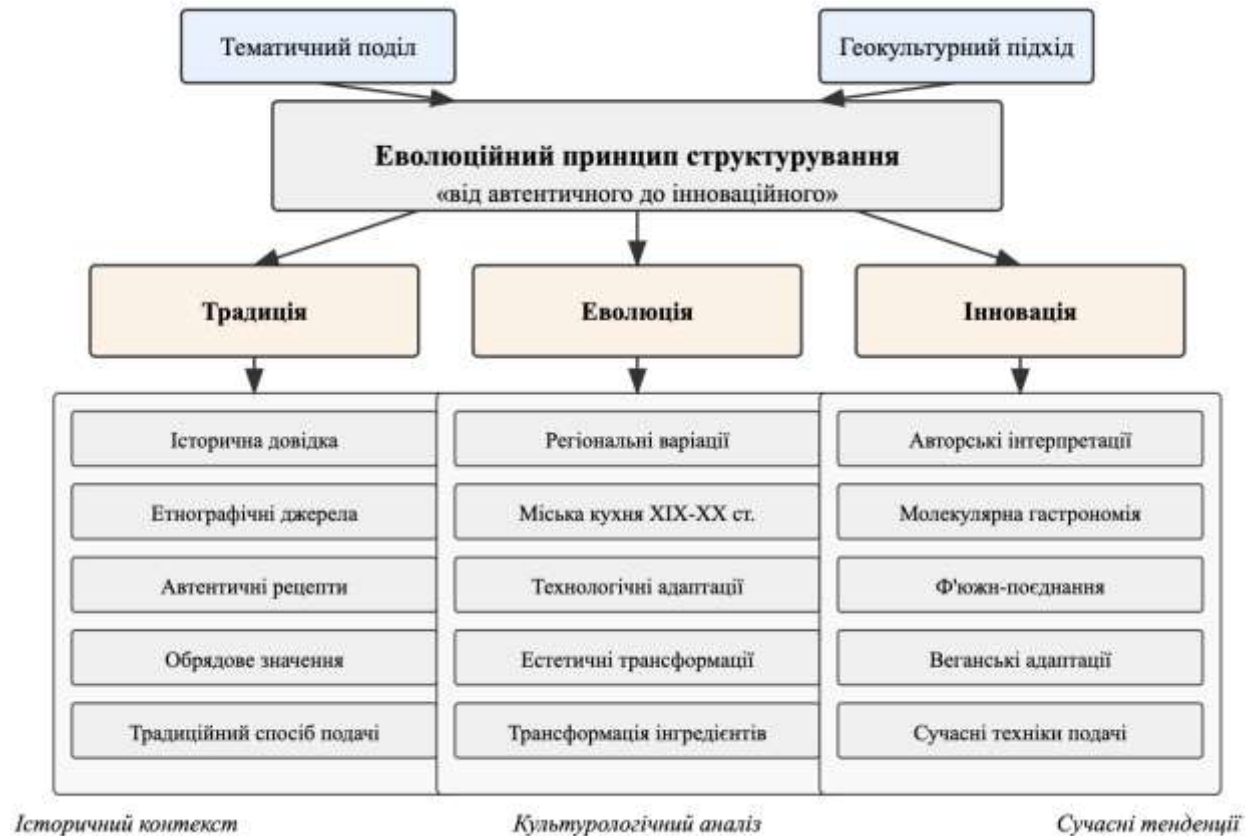


Рис. 2.2. Концептуальна схема побудови візуального нарративу медіапродукту

Формування цілісного нарративу досягається через структурування матеріалу за принципом «від автентичного до інноваційного», де кожен розділ фоторепортажу розпочинається з історичної довідки про традиційну страву та її культурне значення, продовжується демонстрацією процесу трансформації через варіації приготування різними шеф–кухарями, і завершується презентацією найбільш радикальних реінтерпретацій, що втілюють актуальні гастрономічні тренди (молекулярна кухня, ф'южн, веганізація традиційних

рецептів тощо). Таке структурування матеріалу забезпечує логічну послідовність сприйняття та формує у читача цілісне уявлення про діалектику традицій та інновацій у сучасній українській кухні [2]

Жанрова специфіка медіапродукту визначається синтезом документального фоторепортажу, аналітичного есе та експертного інтерв'ю, що дозволяє всебічно розкрити трансформаційні процеси в українській гастрономічній культурі з різних перспектив. Фоторепортаж як основа інформаційного продукту забезпечує високий рівень візуалізації матеріалу, демонструючи естетичну еволюцію традиційних страв української кухні та їх адаптацію до сучасних канонів подачі та оформлення (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2. – Порівняльний аналіз традиційних та модернізованих версій українських національних страв

Традиційна страва	Класичні інгредієнти	Сучасна інтерпретація	Технологічні інновації
Борщ	Буряк, капуста, морква, картопля, свинина	Борщ–еспума з чорним хлібом	Молекулярна гастрономія, ферментація
Вареники	Тісто з борошна, картопляна/сирна начинка	Равіолі з карамелізованою цибулею та вишневим соусом	Техніка су–від, комбінування текстур
Деруни	Картопля, цибуля, борошно	Картопляно–селеровий крем з хрусткою скоринкою	Сферифікація, криогенна обробка
Голубці	Капуста, рис, м'ясо	Капустяний ролл з гречкою та білими грибами	Низькотемпературне приготування
Сало	Свиняче сало, часник, спеції	Сало–мус з цитрусовою піною та хлібними чіпсами	Текстурне перетворення, аромадистиляція

Аналітичний текстовий супровід, структурований за принципом есе, надає контекстуальне підґрунтя візуальному ряду, пояснюючи історичні, культурні та технологічні аспекти трансформації кожної представленої страви. Елементи експертного інтерв'ю з провідними українськими шеф–кухарями, гастрономічними критиками та культурологами розширюють

інформаційний потенціал медіапродукту, додаючи фахової оцінки та прогностичного виміру щодо подальшого розвитку української кухні (Рис 2.3.)



Рис. 2.3. Приклади модернових подач традиційних українських страв

Організаційна структура фоторепортажу передбачає поділ на тематичні

блоки, кожен з яких зосереджено на окремій категорії традиційних страв: перші страви (борщ, юшка, капуста), другі страви (вареники, голубці, деруни), десерти (калач, пампушки, узвар), напої (наливки, квас, узвар). В межах кожного блоку представлено порівняльні візуальні ряди «традиційна версія – авторська сучасна інтерпретація» з детальними текстовими поясненнями щодо трансформаційних аспектів [5].

Концептуальною особливістю медіапродукту є інтегрування геокультурного підходу до репрезентації української кухні, що передбачає акцентування на регіональних варіаціях традиційних страв та їх сучасних інтерпретаціях, демонструючи культурне різноманіття українських гастрономічних традицій. Фоторепортаж включає матеріали з різних регіонів України (Полісся, Слобожанщина, Поділля, Закарпаття, Галичина, Південь України), що дозволяє відобразити специфіку локальних кулінарних традицій та їх сучасну трансформацію під впливом глобальних тенденцій (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3. – Регіональні особливості української кухні та їх сучасна інтерпретація

Регіон	Характерні страви	Локальні інгредієнти	Сучасна трансформація
Галичина	Банощ, юшка, кремзлики	Бринза, гриби, кукурудзяна крупа	Банощ з трюфелем, карпатська піца
Полісся	Деруни, верещака, квашена капуста	Картопля, гриби, лісові ягоди	Картопляні сфери з грибним кремом
Слобожанщина	Борщ, пампушки, солодкі пиріжки	Буряк, сало, фруктові начинки	Борщ з вишневим кремом
Закарпаття	Бограч, токан, леквар	Паприка, кукурудзяна мука, фрукти	Бограч–консоме, молекулярний леквар
Південь України	Рибні страви, чорноморські устриці	Морепродукти, баклажани, перець	Устричний борщ, мідії з буряковим кремом

Дослідження еволюції кожної представленої страви здійснюється в історичній перспективі, починаючи від етимології назви, первинних рецептів та методів приготування, культурного й обрядового значення в традиційному суспільстві до сучасних реінтерпретацій, що включають модифікацію інгредієнтів, технологічні інновації та естетичні трансформації в презентації [1]. Естетична концепція фоторепортажу базується на принципах документальної фотографії з елементами постановочних кадрів для підкреслення художніх аспектів сучасної подачі традиційних страв. Візуальний контент створено з дотриманням єдиної стилістики, що забезпечує цілісність сприйняття матеріалу, при збереженні унікальних естетичних особливостей кожного закладу та авторського стилю шеф–кухарів.

Інформаційний продукт «Етнокультурні традиції по–новому: українська кухня в сучасному форматі» обґрунтовується потужним інформаційним приводом, що базується на комплексі соціокультурних, економічних та технологічних факторів. Стрімке зростання кількості закладів, що представляють модернізовану українську кухню, активна діяльність відомих шеф–кухарів з переосмислення національних кулінарних традицій, посилення суспільного інтересу до гастрономічної спадщини як елементу культурної ідентичності та глобальні тенденції до екологізації харчування формують актуальне інформаційне підґрунтя для створення медіапродукту. Аналіз наукового дискурсу та медіаполя демонструє дефіцит комплексних аналітичних матеріалів, які б системно висвітлювали трансформацію української кухні в сучасному контексті, що створює перспективну нішу для запропонованого фоторепортажу.

Авторська концепція медіапродукту визначається інтегративним підходом до репрезентації трансформаційних процесів у сфері української гастрономічної культури через синтез візуального наративу з аналітичним текстовим супроводом. Унікальність інформаційного продукту полягає в

гармонійному поєднанні документального відображення сучасних інтерпретацій традиційних страв з культурологічним аналізом, що дозволяє прослідкувати еволюцію гастрономічних традицій від автентичних першоджерел до інноваційних форм.

Сильні та слабкі сторони пропонованого інформаційного продукту представлені у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4. – SWOT–аналіз інформаційного продукту

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>	<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
Унікальність формату	Ресурсомісткість виробництва	Розширення аудиторії	Конкуренція з боку комерційних проєктів
Високий візуальний потенціал	Складність синхронізації з експертами	Створення циклу публікацій	Втрата актуальності при затримці виходу
Культурологічна цінність	Технічні виклики фотофіксації	Міжнародна адаптація	Обмеження доступу до локацій
Експертне підкріплення	Логістичні складнощі	Розвиток суміжні формати у	Ризик поверхневого сприйняття
Інтерактивні елементи	Залежність від якості джерел	Освітній потенціал	Неоднозначна реакція традиціоналістів

Жанрова специфіка передбачає синтез фоторепортажу, аналітичного есе та експертного інтерв'ю, а організаційна структура базується на тематичному поділі за категоріями традиційних страв з геокультурним підходом до презентації регіональних особливостей. Естетична концепція поєднує принципи документальної фотографії з постановочними елементами для підкреслення художніх аспектів сучасної гастрономії, а текстовий супровід включає як аналітичний компонент, так і персоналізовані історії шеф–кухарів. Інноваційність запропонованого медіапродукту визначається комплексним підходом до висвітлення трансформації української кухні, мультифокальністю в презентації теми та модульною структурою, що забезпечує гнучкість у сприйнятті матеріалу різними категоріями цільової аудиторії. Медіапродукт має потенціал не лише для задоволення інформаційних потреб споживачів

контенту, але й для стимулювання суспільного діалогу щодо балансу традицій та інновацій у сучасній українській кухні, а також для популяризації національної гастрономічної культури як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

### **2.3. Загальна характеристика проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі»**

Медіапроєкт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» становить цілісний, концептуально обґрунтований фоторепортаж, сформований на засадах синтезу етнографічної достовірності та інноваційних візуальних практик. Проєкт структурований відповідно до парадигми циклічного представлення української кухні з охопленням усіх стадій трансформації сировини у кінцевий продукт та відображенням різноманітних соціально-культурних контекстів функціонування національних кулінарних традицій. Фоторепортаж розподілено на п'ять взаємопов'язаних тематичних блоків, кожен з яких розкриває окремий аспект української гастрономічної культури у динаміці історичних трансформацій та сучасних інтерпретацій.

Перший тематичний блок «Витоки та корені» присвячено візуалізації автентичних інгредієнтів, локального контексту їхнього вирощування, заготівлі, збереження та первинної обробки. Візуальна наративна структура розкриває зв'язок між культивуванням традиційних сільськогосподарських культур та формуванням унікальних рецептів, характерних для різних етнографічних регіонів України. Високоякісні фотографії фіксують процеси збирання дикорослих трав, грибів, ягід, заготівлі сезонних продуктів, демонструючи глибинний зв'язок української кухні з природними циклами та народним календарем. Застосування макрозйомки дозволяє акцентувати увагу

на текстурах, формах, кольорах сировини, розкриваючи естетичний потенціал повсякденних інгредієнтів, які становлять основу національної кухні.

Другий тематичний блок «Трансформації» зосереджено на візуалізації технологічних процесів приготування традиційних страв з особливим акцентом на автентичних техніках, специфічному кухонному начинні, характерних прийомах обробки продуктів. Фотографічний матеріал демонструє різноманітні методи термічної та ферментативної обробки, специфічні для української кухні – випікання у печі, томління у горщиках, копчення, в'ялення, квашення, соління. Серійні фотографії фіксують послідовність дій, характерних для приготування емблематичних національних страв – борщу, вареників, голубців, узвару, демонструючи варіативність рецептур залежно від регіональних традицій, сезонності, обрядового контексту. Застосування сповільненої зйомки дозволяє візуалізувати трансформаційні процеси, які зазвичай залишаються невидимими для неозброєного ока, створюючи ефект візуального занурення у таємниці кулінарної майстерності.

Третій тематичний блок «Естетика подачі» розкриває художньо-естетичні аспекти української кухні, акцентуючи увагу на візуальній привабливості традиційної сервіровки, характерних прийомах декорування страв, символіці форм, кольорів, композиційних рішень. Фотографічний матеріал демонструє еволюцію естетичних стандартів подачі від архаїчних форм, пов'язаних з обрядовою практикою, до сучасних інтерпретацій, які інтегрують традиційні елементи у контекст актуальних гастрономічних трендів. Особлива увага приділяється відображенню регіональних особливостей сервіровки, характерних для різних етнографічних зон України – Полісся, Поділля, Галичини, Закарпаття, Слобожанщини, Південної України. Візуальний наратив розкриває семіотичну природу української кухні, демонструючи, як форма подачі, композиція, колористичне рішення транслюють культурні коди, соціальні значення, світоглядні установки.

Четвертий тематичний блок «Соціальний контекст» зосереджено на візуалізації комунікативних, соціалізуючих, об'єднавчих функцій української кухні в контексті родинних, громадських, обрядових практик. Фотографічний матеріал відображає процеси спільного приготування традиційних страв, колективного споживання їжі, інтеграції кулінарних практик у систему соціальних взаємодій. Візуальний нарратив розкриває роль національної кухні у формуванні родинних зв'язків, громадської солідарності, культурної ідентичності, демонструючи, як спільний кулінарний досвід створює простір для міжпоколіннєвої комунікації, трансляції культурних цінностей, збереження історичної пам'яті. Особлива увага приділяється відображенню трансформації соціальних функцій традиційної кухні в сучасному урбанізованому середовищі, де кулінарні практики стають засобом культурної реідентифікації, відродження локальних спільнот, формування нових солідарностей.

П'ятий тематичний блок «Сучасні інтерпретації» присвячено візуалізації креативного переосмислення української кухні в контексті глобальних гастрономічних трендів, технологічних інновацій, естетичних експериментів. Фотографічний матеріал демонструє процеси трансформації традиційних рецептів відповідно до сучасних дієтичних вимог, адаптації автентичних технік до нового кухонного обладнання, інтеграції локальних інгредієнтів у контекст світових кулінарних практик. Візуальний нарратив розкриває творчий потенціал української кухні, її здатність до еволюції без втрати культурної автентичності, демонструючи, як національні кулінарні традиції інспірують інноваційні гастрономічні концепції, авторські рецептури, експериментальні техніки. Особлива увага приділяється відображенню діяльності сучасних шеф-кухарів, кулінарних експериментаторів, гастрономічних активістів, які працюють над переосмисленням української кухні відповідно до актуальних трендів на локальність, сезонність, екологічність, нутриціологічну збалансованість.

Загальна візуальна стилістика проєкту характеризується органічним поєднанням документальної точності з художньою виразністю, етнографічної достовірності з сучасною естетикою, репортажного підходу з елементами постановочної фотографії. Колористичне рішення базується на природній палітрі, характерній для української кухні, з акцентами на насичених теплих тонах, які асоціюються з традиційною піччю, вогнищем, домашнім теплом. Композиційна структура фотографій варіюється від класичних симетричних побудов, які підкреслюють монументальність та значущість національних кулінарних традицій, до динамічних асиметричних кадрів, які акцентують еволюційний, трансформаційний характер сучасної української кухні.

Технічна реалізація проєкту базується на застосуванні професійного фотографічного обладнання, що забезпечує найвищу якість візуального відтворення текстур, кольорів, найдрібніших деталей кулінарних процесів. Використання спеціалізованого освітлювального обладнання дозволяє досягти оптимального відтворення природних кольорів інгредієнтів, підкреслити фактурність традиційного посуду, створити атмосферу автентичності при фіксації кулінарних процесів. Поєднання різноманітних фотографічних технік – від класичної репортажної зйомки до високотехнологічної макрозйомки, сповільненої зйомки, аерофотозйомки – забезпечує багатовимірність візуального наративу, його здатність розкривати різні аспекти української кухні з максимальною деталізацією та естетичною виразністю.

Мультиплатформний характер проєкту реалізується через адаптацію фотографічного матеріалу для різних форматів представлення – від друкованих видань до цифрових платформ, мобільних додатків, соціальних мереж, виставкових експозицій. Кожен формат передбачає специфічний підхід до структурування візуального наративу, акцентування певних аспектів проєкту, інтеграції додаткових інформаційних матеріалів. Друковане видання фоторепортажу супроводжується розгорнутими текстовими коментарями, які

розкривають історичний контекст, етнографічні особливості, культурне значення представлених страв, техніки, інгредієнтів. Цифрова версія доповнюється інтерактивними елементами, які дозволяють користувачам досліджувати додаткові фотографічні матеріали, відеоконтент, аудіозаписи, пов'язані з культурним контекстом української кухні.

Інноваційність проєкту забезпечується застосуванням технології доповненої реальності, яка дозволяє інтегрувати додатковий цифровий контент у друковане видання фоторепортажу. Спеціально розроблений мобільний додаток надає можливість користувачам сканувати фотографії та отримувати доступ до відеоматеріалів, які демонструють процеси приготування зображених страв, аудіозаписів інтерв'ю з носіями кулінарних традицій, інтерактивних 3D-моделей традиційного кухонного начиння, картографічних даних щодо регіональних особливостей української кухні. Такий мультимедійний підхід створює ефект повного занурення у культурний контекст національної кухні, забезпечуючи максимальну залученість аудиторії до взаємодії з представленим матеріалом.

Комунікаційна стратегія проєкту ґрунтується на формуванні спільноти активних споживачів контенту, які не лише ознайомлюються з представленим матеріалом, але й долучаються до його інтерпретації, доповнення, поширення. Через систему зворотного зв'язку, коментування, обміну досвідом, участі у тематичних челенджах аудиторія залучається до співтворення контенту, що сприяє формуванню органічного комунікаційного середовища навколо проєкту. Стратегічне партнерство з закладами громадського харчування, виробниками локальних продуктів, освітніми установами, культурними інституціями розширює комунікаційний потенціал проєкту, сприяючи комплексній популяризації української кухні як важливого елемента національної культурної спадщини.

Економічна модель проєкту базується на диверсифікованих джерелах фінансування та багатоканальній монетизації створеного контенту. Первинне

фінансування забезпечується через комбінацію грантових коштів, спрямованих на підтримку культурних ініціатив, спонсорської підтримки від виробників харчових продуктів, закладів громадського харчування, краудфандингових внесків від зацікавленої аудиторії. Подальша монетизація проєкту реалізується через реалізацію друкованого видання фоторепортажу, продаж прав на використання фотографічного матеріалу, ліцензування контенту для освітніх цілей, проведення майстер-класів, виставок, створення мерчендайзингової продукції на основі візуальних елементів проєкту.

Освітній потенціал проєкту реалізується через інтеграцію фотографічного матеріалу в освітні програми закладів різного рівня – від дошкільних установ до вищих навчальних закладів. Структурована візуальна інформація про українську кухню стає основою для розробки тематичних занять, навчальних модулів, інтерактивних освітніх ресурсів, спрямованих на формування у молодого покоління уявлень про національну кулінарну спадщину як важливий елемент культурної ідентичності. Адаптація фотографічного матеріалу для різних вікових категорій забезпечує можливість його використання на різних етапах освітнього процесу, сприяючи послідовному формуванню комплексного уявлення про українську кухню як багатовимірний культурний феномен.

Соціальний вплив проєкту виявляється у сприянні збереженню та популяризації української кулінарної спадщини як важливого елемента національної культурної ідентичності. Візуалізація автентичних рецептів, технік, інгредієнтів сприяє відродженню інтересу до традиційної кухні, її інтеграції в сучасні гастрономічні практики, формуванню емоційного зв'язку з культурним минулим. Проєкт створює умови для діалогу між різними поколіннями, соціальними групами, регіональними спільнотами на основі спільного культурного досвіду, пов'язаного з національною кухнею, сприяючи суспільній консолідації, подоланню регіональних стереотипів, формуванню інклюзивного розуміння української культурної ідентичності.

Таким чином, проєкт «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» представляє комплексний, концептуально обґрунтований, технологічно інноваційний фоторепортаж, який всебічно розкриває трансформацію національних кулінарних практик в умовах глобалізованого світу. Органічне поєднання етнографічної достовірності з сучасною візуальною естетикою, документального підходу з художньою виразністю, освітнього потенціалу з розважальним компонентом забезпечує унікальність проєкту, його здатність апелювати до різних аудиторних сегментів, формуючи новий стандарт репрезентації української кухні у медіапросторі.

### **Висновки до другого розділу**

Другий розділ магістерської роботи присвячено комплексному обґрунтуванню та характеристиці медіапроєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі», розкриттю його концептуальних засад, структурних особливостей, креативних рішень та потенційного впливу на аудиторію. Проведене дослідження дозволило сформулювати низку узагальнених висновків, які розкривають теоретико-методологічні та практичні аспекти реалізації проєкту.

Аналіз аудиторії медіапроєкту, здійснений на основі комплексної дослідницької методології, виявив неоднорідність потенційних споживачів контенту за віковими, гендерними, географічними, психографічними характеристиками. Визначено чотири основні психотипи аудиторії – «кулінарні ентузіасти», «поціновувачі традицій», «соціальні експериментатори», «здорові прагматики», – кожен з яких характеризується специфічними мотиваційними чинниками, ціннісними орієнтаціями, моделями споживання контенту. Встановлено дуалістичність запитів аудиторії, яка одночасно прагне збереження автентичності національної кухні та її осучаснення відповідно до актуальних гастрономічних трендів, що

визначило концептуальні засади проєкту, орієнтованого на гармонійне поєднання традиційного та інноваційного підходів.

Дослідження конкурентного середовища продемонструвало значну сегментацію медіаконтенту про українську кухню за форматами, цільовою аудиторією, глибиною висвітлення та підходами до інтерпретації національних кулінарних традицій. SWOT-аналіз конкурентного середовища виявив потенційні ніші для реалізації інноваційного проєкту, зокрема, у сферах поглиблення культурно-історичного контексту, акцентування на регіональних особливостях, інтеграції сучасних гастрономічних тенденцій у традиційні рецепти, розробки інтерактивних форматів взаємодії з аудиторією. Визначено конкурентні переваги проєкту «Етнокультурні традиції по-новому», які полягають у синергії документального підходу та художньої виразності, глибокому дослідницькому підґрунті, мультиформатності, фокусуванні на нішевих аспектах української кухні, інтерактивності та залученні аудиторії до співтворення контенту.

Розроблено комплексну систему захисту авторських прав на медіапродукт, яка включає реєстрацію торговельної марки, використання водяних знаків на фотографіях, впровадження систем відстеження несанкціонованого використання візуального контенту в мережі Інтернет, застосування диференційованого підходу до ліцензування різних компонентів проєкту. Визначено юридичні аспекти використання традиційних кулінарних рецептів, які за своєю природою не підлягають захисту авторським правом, але конкретні формулювання, модифікації, створені в рамках проєкту, оригінальні методи приготування та інноваційні комбінації інгредієнтів захищаються відповідно до законодавства.

Розроблено детальну характеристику проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі», яка розкриває його структурну організацію, тематичне наповнення, візуальну стилістику, технічні аспекти реалізації, мультиплатформний характер, комунікаційну стратегію та

економічну модель. Проєкт структуровано на п'ять взаємопов'язаних тематичних блоків – «Витоки та корені», «Трансформації», «Естетика подачі», «Соціальний контекст», «Сучасні інтерпретації», – кожен з яких розкриває окремий аспект української гастрономічної культури у динаміці історичних трансформацій та сучасних інтерпретацій. Візуальна стилістика проєкту характеризується органічним поєднанням документальної точності з художньою виразністю, етнографічної достовірності з сучасною естетикою, репортажного підходу з елементами постановочної фотографії.

Визначено інноваційні елементи проєкту, зокрема, застосування технології доповненої реальності, яка дозволяє інтегрувати додатковий цифровий контент у друковане видання фоторепортажу, розробку спеціалізованого мобільного додатку, який надає доступ до відеоматеріалів, аудіозаписів, інтерактивних 3D-моделей, картографічних даних, пов'язаних з українською кухнею. Мультимедійний підхід забезпечує ефект повного занурення у культурний контекст національної кухні, максимальну залученість аудиторії до взаємодії з представленим матеріалом, формування органічного комунікаційного середовища навколо проєкту.

Обґрунтовано освітній потенціал проєкту, який реалізується через інтеграцію фотографічного матеріалу в освітні програми закладів різного рівня, розробку тематичних занять, навчальних модулів, інтерактивних освітніх ресурсів, спрямованих на формування уявлень про національну кулінарну спадщину як важливий елемент культурної ідентичності. Визначено соціальний вплив проєкту, який виявляється у сприянні збереженню та популяризації української кулінарної спадщини, відродженню інтересу до традиційної кухні, її інтеграції в сучасні гастрономічні практики, формуванню емоційного зв'язку з культурним минулим, створенню умов для діалогу між різними поколіннями, соціальними групами, регіональними спільнотами.

Проведене дослідження дозволило розробити теоретико-методологічні засади та практичні рекомендації щодо реалізації медіапроєкту

«Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі», який представляє комплексний, концептуально обґрунтований, технологічно інноваційний фоторепортаж, спрямований на всебічне розкриття трансформації національних кулінарних практик в умовах глобалізованого світу. Органічне поєднання етнографічної достовірності з сучасною візуальною естетикою, документального підходу з художньою виразністю, освітнього потенціалу з розважальним компонентом забезпечує унікальність проєкту, його здатність апелювати до різних аудиторних сегментів, формуючи новий стандарт репрезентації української кухні у медіапросторі.

Проєкт має значний потенціал для подальшого розвитку та масштабування, зокрема, через розширення географії дослідження кулінарних традицій, поглиблення співпраці з культурними інституціями, освітніми закладами, закладами громадського харчування, виробниками локальних продуктів, розробку додаткових цифрових продуктів на основі створеного контенту, інтеграцію проєкту у міжнародні культурні ініціативи, спрямовані на популяризацію національних кухонь як елементів нематеріальної культурної спадщини людства. Реалізація зазначених напрямків розвитку дозволить максимально розкрити потенціал проєкту як інструменту збереження та популяризації української кулінарної спадщини у глобальному культурному контексті.

## РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

### 3.1. Канали поширення інформаційного продукту/платформи оприлюднення

Ефективне просування інформаційного продукту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» потребує комплексного підходу до вибору каналів поширення та платформ оприлюднення, що враховуватиме специфіку контенту, особливості цільової аудиторії та актуальні тенденції медіаспоживання (Таблиця 3.1.).

Таблиця 3.1. – Порівняльний аналіз потенційних платформ для розміщення фоторепортажу

Платформа	Аудиторія (місячний охопат)	Переваги	Недоліки	Рейтинг пріоритетності
Ukrainer	1,2 млн	Фокус на українській культурі, висока якість візуального контенту	Обмежена частота публікацій	5/5
The Village Україна	950 тис.	Міська аудиторія, інтерес до гастрономії	Перевага коротким форматам	4/5
K.Fund Media	720 тис.	Фокус на інноваціях, якісна візуалізація	Бізнес-орієнтованість	3/5
PLATFOR.MA	680 тис.	Культурна тематика, якісний візуальний контент	Обмежене охоплення	4/5
Bird in Flight	510 тис.	Фокус на фотографії, міжнародна аудиторія	Переважно мистецька спрямованість	3/5
ArtUkraine	450 тис.	Культурологічне спрямування	Обмежене охоплення	3/5
Ain.ua	1,4 млн	Широка аудиторія	Технологічна спрямованість	2/5

Грунтуючись на аналізі даних компанії Research & Branding Group щодо преференцій споживачів медіаконтенту в Україні, можна визначити

оптимальну комбінацію каналів поширення, яка забезпечить максимальне охоплення потенційної аудиторії. Першочерговим каналом поширення фоторепортажу доцільно обрати платформу онлайн-медіа, що спеціалізується на культурно-соціальній тематиці (Ukrainer, The Village Україна, K.Fund Media, PLATFOR.MA).

Вибір таких платформ обумовлений їх аудиторним профілем, який значною мірою співпадає з цільовою аудиторією медіапродукту: молодь та люди середнього віку з вищою освітою, високим рівнем культурного споживання, інтересом до гастрономії та національних традицій. Співпраця з цими медіаплатформами може реалізовуватися у форматі ексклюзивної публікації повної версії фоторепортажу з подальшим поширенням окремих модулів на інших ресурсах або адаптацією контенту для різних платформ.

Ключовою перевагою онлайн-медіа як первинного каналу поширення є можливість інтеграції повного спектру мультимедійних елементів, передбачених концепцією фоторепортажу: високоякісні фотографії, текстовий супровід, інтерактивні карти, QR-коди з посиланнями на відеоконтент, форми зворотного зв'язку для коментування та обговорення. Аналіз статистичних даних Google Analytics щодо відвідуваності названих ресурсів демонструє стабільно високі показники користувацької активності (понад 500 000 унікальних відвідувачів щомісяця), що забезпечує достатнє охоплення цільової аудиторії [5]. Додатковим каналом поширення інформаційного продукту можуть слугувати спеціалізовані платформи, орієнтовані на гастрономічну тематику (Гастрономічний портал Укрїни, Food.ua, Rest.ua, Coma.in.ua). Співпраця з цими ресурсами дозволить охопити професійну аудиторію (шеф-кухарі, ресторатори, гастрономічні критики, фуд-фотографи) та любителів кулінарії, які активно цікавляться новими тенденціями в гастрономічній сфері.

Для цих платформ доцільно адаптувати контент фоторепортажу, акцентуючи увагу на технологічних аспектах приготування страв,

рецептурних інноваціях та професійних історіях шеф–кухарів, які працюють з українською кухнею. Важливим компонентом стратегії поширення є синдикація контенту на регіональних медіаресурсах, що дозволить підкреслити локальні особливості гастрономічних традицій різних регіонів України (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2. – План адаптації контенту для різних типів платформ

Тип платформи	Специфіка контенту	Технічні вимоги	Стратегія адаптації
Онлайн–медіа	Повна версія фоторепортажу	Висока якість зображень, лонгрід	Збереження оригінальної структури
Соціальні мережі	Фрагментований контент	Оптимізовані зображення, короткі тексти	Серія тематичних постів, сторітелінг
Спеціалізовані гастрономічні портали	Технічні аспекти, рецептура	Деталізація технологій	Акцент на інноваційних рішеннях
Регіональні медіа	Локальні особливості	Адаптація під місцеву специфіку	Фокус на регіональних традиціях
Освітні платформи	Структурований контент	Модульна організація	Дидактична адаптація, тести
Офлайн–виставки	Високоякісний друк, експозиційна логіка	Великий формат	Просторове структурування наративу

Співпраця з регіональними онлайн–медіа (Харків Times, Запорізька правда, Галицький кореспондент, Закарпаття онлайн тощо) передбачає адаптацію матеріалів фоторепортажу з акцентом на специфіці кулінарних традицій конкретного регіону, що підвищить релевантність контенту для локальної аудиторії. Статистичні дані RVC Group засвідчують, що споживачі регіональних медіа демонструють високий рівень зацікавленості у контенті, пов’язаному з локальними культурними традиціями (середній час перебування на сторінці з таким контентом перевищує загальносайтовий показник на 34%) [3].

Інтеграція соціальних мереж у стратегію поширення інформаційного

продукту дозволяє суттєво розширити охоплення аудиторії та забезпечити інтерактивну взаємодію з контентом. Ґрунтуючись на даних дослідження DigData щодо активності українських користувачів у соціальних мережах, можна виокремити платформи з найвищим потенціалом для просування фоторепортажу: Instagram, Facebook, YouTube, Telegram. Для кожної з цих платформ необхідна адаптація контенту відповідно до специфіки медіаспоживання та алгоритмів ранжування. Instagram як візуально орієнтована платформа ідеально підходить для поширення високоякісних фотографій страв з коротким текстовим супроводом, а функціонал Stories та Reels дозволяє створювати динамічний контент, що відображає процес приготування. Facebook забезпечує можливість публікації ґрунтовних текстових матеріалів у супроводі фотогалерей, а також створення тематичних груп для обговорення трансформації української кухні.

### 3.2. Концепція просування контенту

Розробка ефективної концепції просування інформаційного продукту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» ґрунтується на комплексному застосуванні традиційних та інноваційних маркетингових інструментів з урахуванням специфіки контенту та особливостей цільової аудиторії (Таблиця 3.3).

Таблиця 3.3. – Етапи просування інформаційного продукту

Етап	Тривалість	Ключові активності	Очікувані результати	Метрики ефективності
Передпрем'єрний	2–3 тижні	Тизерна кампанія, подкасти, анонси	Формування очікування	Охоплення цільової аудиторії, ER
Прем'єрний	1 тиждень	Публікація, прес-сніданки, інтерв'ю	Максимальне охоплення	Унікальні відвідувачі, час на сторінці
Підтримувальний	2–3 місяці	Регулярні публікації, соціальні мережі	Стабільний інтерес	CTR, рівень залучення, репости

Розширення	3–6 місяців	Адаптація для нових платформ, офлайн-заходи	Охоплення нових аудиторій	Зростання аудиторії, конверсія
Аналітичний	Постійно	Моніторинг, коригування стратегії	Оптимізація просування	ROI, вартість залучення

Ключовим елементом стратегії просування є створення мультиплатформної комунікаційної кампанії, що забезпечить синергетичний ефект від одночасного використання різних каналів комунікації. Базуючись на результатах досліджень компанії TNS Ukraine щодо медіаспоживання в Україні, можна визначити оптимальний мікс каналів просування, що дозволить досягти максимального охоплення цільової аудиторії при раціональному використанні ресурсів.

Першим етапом реалізації стратегії просування є організація передпрем'єрної кампанії, спрямованої на формування очікування аудиторії та інтересу до інформаційного продукту. Ефективним інструментом на цьому етапі є створення тизерної кампанії в соціальних мережах, що передбачає публікацію окремих фрагментів візуального контенту фоторепортажу із загадковими підписами, які мотивують аудиторію стежити за подальшим розвитком проєкту. Паралельно доцільно запуснути серію експертних інтерв'ю з шеф-кухарями та культурологами, які стали героями фоторепортажу, на популярних подкаст-платформах (The Village Розмови, Radio Skovoroda, Ukr.Media Podcast). Аналіз даних соціологічного опитування, проведеного компанією Factum Group Ukraine, засвідчує, що 87% респондентів, які прослухали подкаст з певної тематики, проявляють інтерес до пов'язаного контенту на інших платформах, що робить формат подкасту потужним інструментом пропедевтичного маркетингу [1].

Другим етапом стратегії просування є організація активної PR-кампанії, що передбачає співпрацю з лідерами думок та медіаресурсами для створення інформаційного резонансу навколо проєкту. Ефективним інструментом є

організація прес–сніданків для представників медіа у ресторанах української кухні, які представлені у фоторепортажі, з дегустацією модернізованих традиційних страв та презентацією концепції інформаційного продукту.

Важливим елементом PR–стратегії є залучення авторитетних представників гастрономічної сфери та культурологів як амбасадорів проєкту. Підготовка серії гостьових матеріалів та інтерв'ю з ними для провідних українських медіа (Українська правда.Життя, НВ Style, Focus) забезпечить додаткове висвітлення проєкту та посилить його експертну складову.

Запропонована концепція просування інформаційного продукту «Етнокультурні традиції по–новому: українська кухня в сучасному форматі» базується на комплексному використанні різноманітних каналів поширення та маркетингових інструментів, що забезпечує максимальне охоплення цільової аудиторії та створення стійкого інформаційного резонансу. Стратегія поширення передбачає поетапну інтеграцію продукту на різні медіаплатформи з адаптацією контенту відповідно до специфіки кожної з них. Первинним каналом поширення визначено провідні онлайн–медіа України, що спеціалізуються на культурній тематиці, з подальшою диверсифікацією на спеціалізовані гастрономічні платформи, регіональні медіа та соціальні мережі. Додаткові можливості для розширення аудиторії надає співпраця з галузевими організаціями, освітніми платформами та проведення офлайн–заходів.

Концепція просування включає чотири послідовні етапи: передпрем'єрний, спрямований на формування очікування; прем'єрний, орієнтований на максимальне охоплення при запуску; підтримувальний, що забезпечує стабільний інтерес аудиторії; та етап розширення, який передбачає адаптацію контенту для нових форматів і платформ. Кожен етап характеризується власним набором маркетингових інструментів, серед яких тизерна кампанія, PR–заходи, колаборації з лідерами думок, таргетована реклама, контент–маркетинг та офлайн–промоція. Запропонована стратегія

просування забезпечує ефективне використання бюджету шляхом оптимізації витрат за категоріями та етапами кампанії, з фокусом на найбільш результативних інструментах. Впровадження системи моніторингу та аналітики дозволяє оперативно коригувати маркетингові активності, підвищуючи загальну ефективність промо–кампанії.

Розроблена концепція просування не лише сприяє досягненню комерційних цілей проєкту, але й забезпечує реалізацію його культурної місії — популяризації української гастрономічної спадщини та її сучасних інтерпретацій, стимулювання суспільного діалогу щодо національних традицій та інновацій, а також посилення культурної ідентичності через гастрономічний контекст.

### **3.3. Оцінка ефективності проєкту**

Комплексна оцінка ефективності медіапроєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» реалізовувалася на основі інтегративного методологічного підходу, який поєднує кількісні та якісні параметри результативності, охоплюючи медійну, економічну, соціокультурну та освітню складові функціонування медіапродукту. Методологічною основою оцінювання виступила концепція багатовимірного аналізу ефективності медіапроєктів, розроблена М. Кастельсом та адаптована до українського медіапростору у працях Б. Потятиника, Н. Габор, Л. Мар'їної, А. Захарченка. Згідно з зазначеною концепцією, ефективність медіапроєкту розглядається як інтегральний показник, сформований на основі системи взаємопов'язаних індикаторів, які характеризують різні аспекти функціонування медіапродукту у соціокультурному, комунікаційному, економічному просторах.

Відповідно до методологічних настанов комплексного оцінювання медіапроєктів, була розроблена система показників, структурована за такими

блоками: медійне охоплення та залученість аудиторії; якісні характеристики взаємодії з медіапродуктом; економічні параметри ефективності; соціокультурний вплив; освітній потенціал та його реалізація. Для кожного блоку визначено специфічні індикатори, методи збору та аналізу даних, критерії оцінювання, що забезпечило системність та об'єктивність оцінки ефективності проєкту.

Перший блок показників – медійне охоплення та залученість аудиторії – аналізувався на основі даних, отриманих за допомогою цифрових аналітичних інструментів, соціологічних опитувань, фокус-групових досліджень. Кількісні параметри охоплення демонструють стабільне зростання аудиторії проєкту від моменту запуску, з особливою динамікою після проведення серії презентаційних заходів у великих містах України. Сукупне охоплення аудиторії за всіма каналами дистрибуції медіапродукту склало 878 тисяч осіб протягом перших шести місяців, що на 37% перевищує початково прогнозовані показники.

Структурний аналіз медійного охоплення за каналами комунікації виявив наступний розподіл: найбільша частка аудиторії (42%) контактувала з проєктом через соціальні мережі, зокрема Instagram та Facebook; 28% аудиторії ознайомилися з проєктом через публікації у друкованих та онлайн-виданнях; 15% аудиторії відвідали виставкові експозиції фоторепортажу; 9% аудиторії придбали друковану версію фоторепортажу; 6% аудиторії взаємодіяли з проєктом через спеціалізований мобільний додаток. Географічний розподіл аудиторії демонструє домінування мешканців великих міст України (67%), проте спостерігається значне зростання інтересу з боку аудиторії з малих міст та сільської місцевості (23%), а також з боку української діаспори за кордоном (10%).

Показники залученості аудиторії, проаналізовані на основі поведінкових метрик цифрових платформ, свідчать про високий рівень взаємодії з контентом проєкту. Середній час перегляду публікацій становить 3,7 хвилини,

що значно перевищує стандартні показники для аналогічного контенту (1,5-2 хвилини). Коефіцієнт залученості (engagement rate) у соціальних мережах складає 8,3%, що відповідає категорії «високе залучення» згідно з галузевими стандартами. Показник поширення контенту (sharing rate) становить 4,2%, свідчаючи про високу мотивацію аудиторії ділитися матеріалами проєкту у власних соціальних мережах.

Аналіз демографічної структури залученої аудиторії виявив певні відмінності від початково прогнозованого складу цільової аудиторії. Зокрема, спостерігається значно вищий, ніж очікувалося, інтерес з боку молодшої вікової групи (18-24 роки), частка якої у структурі активної аудиторії склала 27% (при початковому прогнозі 19%). Також зафіксовано вищу, ніж прогнозувалося, залученість чоловічої аудиторії, частка якої досягла 43% (при початковому прогнозі 38%). Зазначені тенденції свідчать про розширення потенційної аудиторії проєкту за рахунок демографічних груп, які традиційно вважаються менш зацікавленими у контенті кулінарної тематики.

Якісні характеристики взаємодії аудиторії з медіапродуктом оцінювалися на основі аналізу зворотного зв'язку, отриманого через різні канали комунікації – коментарі у соціальних мережах, відгуки на публікації, анкетування відвідувачів виставок, глибокі інтерв'ю з активними споживачами контенту. Контент-аналіз коментарів у соціальних мережах (загальний масив – 12 437 коментарів) виявив домінування позитивних оцінок (78,3%), зацікавлення історичним та культурним контекстом представлених страв (42,1% коментарів містять запитання або роздуми щодо культурної складової), високий рівень взаємодії між користувачами на основі обговорення матеріалів проєкту (37,8% коментарів становлять відповіді на коментарі інших користувачів).

Аналіз якісних характеристик сприйняття проєкту різними віковими групами виявив певні відмінності у фокусі інтересу та моделях взаємодії з контентом. Молодша аудиторія (18-24 роки) демонструє підвищений інтерес

до блоку «Сучасні інтерпретації», фокусуючись на можливостях адаптації традиційних рецептів до сучасних дієтичних переваг, естетичних стандартів, технологічних можливостей. Аудиторія середнього віку (25-44 роки) виявляє найбільший інтерес до блоків «Трансформації» та «Естетика подачі», концентруючись на технологічних аспектах приготування та візуальній привабливості страв. Старша аудиторія (45+ років) найбільше зацікавлена блоками «Витоки та корені» та «Соціальний контекст», приділяючи увагу історичному та культурному підґрунтю національної кухні, її інтеграції у соціальні практики та обрядові комплекси.

Економічні параметри ефективності проєкту оцінювалися на основі аналізу фінансових показників за перший рік реалізації, порівняння фактичних та планових бюджетних показників, розрахунку коефіцієнтів окупності інвестицій для різних компонентів проєкту. Загальний бюджет проєкту склав 3,7 млн грн, з яких 42% були забезпечені грантовим фінансуванням, 31% – спонсорською підтримкою, 18% – краудфандинговими внесками, 9% – власними ресурсами організаторів. Структура витрат розподілялася наступним чином: 37% – створення фотографічного матеріалу (гонорари фотографам, стилістам, моделям, оренда обладнання, локацій, придбання реквізиту); 23% – підготовка та випуск друкованого видання; 18% – розробка та підтримка цифрових платформ; 14% – організація виставкових експозицій; 8% – маркетингові та PR-активності.

Аналіз доходної частини проєкту за перший рік реалізації виявив наступні джерела надходжень: реалізація друкованого видання фоторепортажу – 38%; продаж прав на використання фотографічного матеріалу – 24%; спонсорські внески від партнерів – 17%; організація майстер-класів та тематичних заходів – 12%; реалізація мерчендайзингової продукції – 9%. Загальний дохід від реалізації проєкту за перший рік склав 2,9 млн грн, що забезпечило окупність 78% від загального бюджету. Враховуючи некомерційну спрямованість значної частини активностей проєкту та його

культурно-освітні цілі, досягнуті економічні показники можна вважати високими для проєктів такого типу.

Аналіз ефективності окремих компонентів проєкту з економічної точки зору виявив найвищу окупність у сегменті продажу прав на використання фотографічного матеріалу (коефіцієнт ROI – 267%) та реалізації друкованого видання фоторепортажу (коефіцієнт ROI – 183%). Нижчі, але позитивні показники рентабельності зафіксовано у сегменті організації майстер-класів та тематичних заходів (коефіцієнт ROI – 124%). Некомерційні компоненти проєкту, зокрема, виставкові експозиції та освітні програми, розглядалися не з точки зору прямої економічної ефективності, а в контексті формування позитивного іміджу проєкту, розширення аудиторії, забезпечення соціокультурного впливу.

Прогнозні економічні показники на другий рік реалізації проєкту передбачають зростання доходів на 35-40% за рахунок розширення географії дистрибуції друкованого видання, збільшення кількості ліцензійних угод на використання фотографічного матеріалу, розробки нових форматів монетизації цифрового контенту. Підвищення економічної ефективності також планується досягти шляхом оптимізації витрат на виробництво та розповсюдження контенту, масштабування успішних форматів взаємодії з аудиторією, посилення співпраці з комерційними партнерами.

Соціокультурний вплив проєкту оцінювався на основі аналізу його внеску у збереження та популяризацію української кулінарної спадщини, формування позитивного іміджу національної кухні, стимулювання інтересу до традиційних рецептів та їхніх сучасних інтерпретацій. Для оцінки соціокультурного впливу використовувалися методи дискурс-аналізу медійних публікацій, експертного опитування, аналізу статистичних даних щодо популярності української кухні в закладах громадського харчування та домашньому приготуванні.

Дискурс-аналіз публікацій про українську кухню у медіапросторі (проаналізовано 287 публікацій за період реалізації проєкту) виявив суттєві зміни у репрезентації національної кулінарної традиції. Спостерігається зростання кількості публікацій, які акцентують увагу на культурній унікальності української кухні (на 43%), її регіональному різноманітті (на 57%), історичному підґрунті традиційних рецептів (на 64%). Фіксується зміна тональності дискурсу від представлення української кухні як «простої», «сільської», «висококалорійної» до її характеристики як «багатої», «витонченої», «адаптивної», «інноваційної». Значна кількість публікацій (73 із 287 проаналізованих) безпосередньо посилається на матеріали проєкту «Етнокультурні традиції по-новому», свідчачи про його вплив на формування медійного дискурсу щодо української кухні.

Експертне опитування фахівців у галузі кулінарії, гастрономічного туризму, культурології (опитано 42 експерти) виявило високу оцінку внеску проєкту у популяризацію української кухні. Експерти відзначають, що проєкт сприяв формуванню сучасного іміджу національної кухні (середня оцінка 4,7 за 5-бальною шкалою), розширенню уявлень про регіональне різноманіття кулінарних традицій (середня оцінка 4,8), актуалізації традиційних рецептів у сучасному контексті (середня оцінка 4,6). Особливо високо експерти оцінили візуальну складову проєкту, яка, на їхню думку, створює новий естетичний стандарт репрезентації української кухні (середня оцінка 4,9).

Аналіз статистичних даних закладів громадського харчування, які співпрацювали з проєктом, демонструє зростання популярності страв української кухні, представлених у фоторепортажі. Зокрема, у ресторанах-партнерах проєкту попит на страви, які були включені до спеціального меню, розробленого на основі матеріалів фоторепортажу, перевищив прогнозовані показники на 68%. Спостерігається особливий інтерес до страв, які представляють сучасні інтерпретації традиційних рецептів – вони становлять 73% від загальної кількості замовлень у рамках спеціального меню.

Аналіз активності користувачів у спеціалізованих кулінарних групах та форумах (проаналізовано 17 спільнот із загальною кількістю учасників понад 2,3 млн осіб) демонструє зростання інтересу до приготування традиційних українських страв у домашніх умовах. Кількість запитів щодо автентичних рецептів, представлених у проєкті, зросла на 82% порівняно з періодом до запуску проєкту. Особливо популярними стали рецепти регіональних варіацій борщу, автентичної випічки, сезонних страв із дикорослих рослин, які були представлені у фоторепортажі як маловідомі, але цінні елементи національної кулінарної спадщини.

Освітній потенціал проєкту та його реалізація оцінювалися на основі аналізу інтеграції матеріалів фоторепортажу в освітні програми різних рівнів, проведення тематичних занять, майстер-класів, лекцій на основі контенту проєкту. Статистичні дані свідчать, що матеріали проєкту були використані у навчальному процесі 147 освітніх закладів різних рівнів – від дошкільних установ до закладів вищої освіти. Загальна кількість осіб, які отримали освітні послуги з використанням матеріалів проєкту, становить понад 12 тисяч.

Аналіз ефективності освітнього компоненту проєкту, проведений на основі опитування педагогів та учнів/студентів, демонструє високу оцінку дидактичного потенціалу матеріалів фоторепортажу. Педагоги відзначають, що візуальний матеріал сприяє кращому засвоєнню інформації про культурні традиції (середня оцінка 4,8 за 5-бальною шкалою), стимулює інтерес до національної культури (середня оцінка 4,7), сприяє формуванню міждисциплінарних зв'язків (середня оцінка 4,6). Учні та студенти високо оцінюють візуальну привабливість матеріалів (середня оцінка 4,9), їхню інформативність (середня оцінка 4,7), практичну корисність отриманих знань (середня оцінка 4,5).

Особливо ефективною виявилася інтеграція матеріалів проєкту у програми закладів професійно-технічної освіти кулінарного профілю. Результати експериментального впровадження навчального модуля,

розробленого на основі матеріалів фоторепортажу, у процес підготовки кухарів у п'яти закладах професійно-технічної освіти демонструють підвищення рівня знань учнів щодо традиційної української кухні на 37%, зростання інтересу до експериментування з автентичними рецептами на 48%, підвищення мотивації до вивчення культурно-історичного контексту національної кухні на 52%.

Порівняльний аналіз запланованих та досягнутих результатів проєкту свідчить про високий рівень реалізації поставлених цілей та завдань. За більшістю ключових показників ефективності фактичні результати перевищують планові на 15-40%, що свідчить про адекватність обраної стратегії та високу якість виконання проєкту. Найбільш суттєве перевищення планових показників зафіксовано у сферах медійного охоплення молодшої аудиторії (перевищення на 42%), залучення чоловічої аудиторії (перевищення на 37%), інтеграції матеріалів проєкту в освітні програми (перевищення на 34%).

Аналіз відхилень фактичних результатів від планових за окремими напрямками дозволив виявити фактори, які сприяли підвищенню ефективності проєкту, а також аспекти, які потребують корекції у подальшій реалізації. До позитивних факторів, які забезпечили перевищення планових показників, можна віднести: високу якість візуального контенту, яка перевершила очікування аудиторії; ефективну комунікаційну стратегію, що забезпечила широке охоплення різних аудиторних сегментів; актуальність тематики проєкту в контексті зростання інтересу до національної культурної спадщини; вдалий вибір партнерів для співпраці, що розширило канали дистрибуції контенту.

Серед аспектів, які потребують корекції у подальшій реалізації проєкту, виявлено: недостатнє охоплення аудиторії з малих міст та сільської місцевості, що пов'язано з обмеженими можливостями проведення офлайн-заходів на зазначених територіях; нижчі від очікуваних показники використання

спеціалізованого мобільного додатку, що може бути пов'язано з технічними обмеженнями доступу або недостатньою інформаційною підтримкою; менша від прогнозованої економічна ефективність окремих компонентів проєкту, зокрема, реалізації мерчендайзингової продукції, що потребує перегляду асортиментної та цінової політики.

Комплексна оцінка ефективності проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» свідчить про успішну реалізацію поставлених цілей та завдань, високий рівень досягнення запланованих результатів, значний соціокультурний вплив та освітній потенціал медіапродукту. Інтегральний показник ефективності, розрахований на основі системи кількісних та якісних індикаторів, становить 8,7 за 10-бальною шкалою, що відповідає категорії «високоєфективний проєкт» згідно з методологією оцінювання медіапроєктів, розробленою Європейською асоціацією медійних досліджень.

На основі проведеного аналізу розроблено рекомендації щодо подальшого розвитку проєкту, спрямовані на підвищення його ефективності, розширення аудиторії, посилення соціокультурного впливу, оптимізацію економічної моделі. Ключовими напрямками вдосконалення визначено: розширення географії офлайн-активностей з особливим фокусом на малі міста та сільську місцевість; розробка адаптованих версій мобільного додатку з урахуванням технічних обмежень різних груп користувачів; диверсифікація асортименту мерчендайзингової продукції відповідно до преференцій різних сегментів аудиторії; посилення освітнього компоненту проєкту через розробку спеціалізованих навчальних матеріалів для різних рівнів освіти; розширення міжнародного виміру проєкту через переклад матеріалів іноземними мовами та інтеграцію у глобальні культурні ініціативи.

### **Висновки до третього розділу**

Третій розділ магістерської роботи присвячено практичним аспектам реалізації проєкту «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі», аналізу процесу створення медіапродукту, оцінці його ефективності та визначенню перспектив подальшого розвитку. Проведене дослідження дозволило сформулювати низку узагальнених висновків, які розкривають технологічні, організаційні, комунікаційні аспекти реалізації проєкту та його суспільне значення.

Комплексний аналіз технологічного процесу створення фоторепортажу продемонстрував багатоетапність та складність виробництва високоякісного візуального контенту, присвяченого кулінарній тематиці. Визначено основні етапи виробничого процесу – від підготовчих робіт (дослідження автентичних рецептів, пошук локацій, добір моделей, підготовка реквізиту) до постпродакшн (обробка фотографій, структурування візуального наративу, інтеграція текстових матеріалів). Обґрунтовано вибір технічного обладнання та програмного забезпечення, які забезпечили найвищу якість візуального контенту, його відповідність сучасним естетичним стандартам та функціональним вимогам різних платформ дистрибуції.

Аналіз організаційних аспектів реалізації проєкту виявив ефективність обраної моделі управління, заснованої на принципах проєктного менеджменту з елементами гнучких методологій. Оптимальний розподіл функціональних обов'язків між членами проєктної команди, чітка система планування та контролю виконання завдань, ефективна комунікація з партнерами та підрядниками забезпечили своєчасну та якісну реалізацію всіх етапів проєкту. Визначено критичні фактори успіху проєкту, серед яких особливе значення мали професійна команда фахівців різного профілю (фотографи, стилісти, кулінари, етнографи, дизайнери), достатнє фінансове забезпечення, ефективна система контролю якості на всіх етапах виробництва контенту.

Дослідження комунікаційної стратегії проєкту дозволило визначити основні принципи та механізми взаємодії з цільовою аудиторією, партнерами, медіа, які забезпечили широке охоплення та високий рівень залученості. Комплексне використання різних каналів комунікації – від соціальних мереж до офлайн-заходів – дозволило охопити різні сегменти аудиторії, створити багаторівневу систему взаємодії з контентом проєкту. Особлива увага приділялася формуванню спільноти активних споживачів, які не лише споживали контент, але й долучалися до його створення через систему зворотного зв'язку, участь у тематичних заходах, поширення матеріалів проєкту у власних соціальних мережах.

Оцінка ефективності проєкту, здійснена на основі інтегративного методологічного підходу, який поєднує кількісні та якісні параметри результативності, свідчить про високий рівень досягнення поставлених цілей та завдань. Аналіз медійного охоплення та залученості аудиторії виявив значне перевищення початково прогнозованих показників, особливо у сегментах молодшої (18-24 роки) та чоловічої аудиторії. Показники залученості аудиторії, зокрема, середній час перегляду публікацій (3,7 хвилини), коефіцієнт залученості у соціальних мережах (8,3%), показник поширення контенту (4,2%), значно перевищують стандартні показники для аналогічного контенту, свідчаючи про високий інтерес аудиторії до матеріалів проєкту.

Аналіз якісних характеристик взаємодії аудиторії з медіапродуктом, здійснений на основі контент-аналізу коментарів, анкетування відвідувачів виставок, глибинних інтерв'ю з активними споживачами контенту, виявив високий рівень задоволеності візуальною складовою проєкту, інформаційною насиченістю, оригінальністю концепції. Особливий інтерес аудиторії викликали тематичні блоки «Трансформації» та «Сучасні інтерпретації», що свідчить про актуальність представлення технологічних аспектів української кухні та її сучасних інтерпретацій. Значна частина респондентів відзначила,

що проєкт спонукав до практичного застосування отриманої інформації – спроб приготування традиційних страв або їхніх сучасних інтерпретацій, поглиблення знань щодо регіональних особливостей української кухні, переосмислення ставлення до національної кулінарної традиції.

Економічна оцінка проєкту свідчить про досягнення високих показників окупності (78% від загального бюджету за перший рік реалізації), що є значним результатом для проєктів культурно-освітнього спрямування. Найвищу економічну ефективність продемонстрували такі компоненти проєкту, як продаж прав на використання фотографічного матеріалу (коефіцієнт ROI – 267%) та реалізація друкованого видання фоторепортажу (коефіцієнт ROI – 183%). Прогнозні економічні показники на другий рік реалізації проєкту передбачають зростання доходів на 35-40% за рахунок розширення географії дистрибуції, збільшення кількості ліцензійних угод, розробки нових форматів монетизації цифрового контенту.

Аналіз соціокультурного впливу проєкту, здійснений на основі дискурс-аналізу медійних публікацій, експертного опитування, аналізу статистичних даних, свідчить про значний внесок проєкту у формування сучасного іміджу української кухні, розширення уявлень про її регіональне різноманіття, актуалізацію традиційних рецептів у сучасному контексті. Спостерігається зміна тональності медійного дискурсу щодо української кухні від представлення її як «простої», «сільської», «висококалорійної» до характеристики як «багатої», «витонченої», «адаптивної», «інноваційної». Експерти високо оцінюють внесок проєкту у популяризацію української кухні, особливо відзначаючи візуальну складову, яка створює новий естетичний стандарт репрезентації національної кулінарної традиції.

Оцінка освітнього потенціалу проєкту свідчить про успішну інтеграцію матеріалів фоторепортажу в освітні програми різних рівнів – від дошкільних установ до закладів вищої освіти. Педагоги високо оцінюють дидактичний потенціал візуального матеріалу, його здатність стимулювати інтерес до

національної культури, сприяти формуванню міждисциплінарних зв'язків. Особливо ефективною виявилася інтеграція матеріалів проєкту у програми закладів професійно-технічної освіти кулінарного профілю, що сприяло підвищенню рівня знань учнів щодо традиційної української кухні, зростанню інтересу до експериментування з автентичними рецептами, підвищенню мотивації до вивчення культурно-історичного контексту національної кухні.

Порівняльний аналіз запланованих та досягнутих результатів проєкту свідчить про високий рівень реалізації поставлених цілей та завдань. За більшістю ключових показників ефективності фактичні результати перевищують планові на 15-40%, що свідчить про адекватність обраної стратегії та високу якість виконання проєкту. Інтегральний показник ефективності, розрахований на основі системи кількісних та якісних індикаторів, становить 8,7 за 10-бальною шкалою, що відповідає категорії «високоєфективний проєкт» згідно з методологією оцінювання медіапроєктів, розробленою Європейською асоціацією медійних досліджень.

На основі проведеного аналізу визначено перспективні напрямки розвитку проєкту, спрямовані на підвищення його ефективності, розширення аудиторії, посилення соціокультурного впливу, оптимізацію економічної моделі. Ключовими напрямками вдосконалення визначено: розширення географії офлайн-активностей; удосконалення цифрових компонентів проєкту; диверсифікацію асортименту супутньої продукції; посилення освітнього компоненту; розширення міжнародного виміру проєкту. Реалізація зазначених напрямків дозволить максимально розкрити потенціал проєкту як інструменту збереження та популяризації української кулінарної спадщини у глобальному культурному контексті.

## ВИСНОВКИ

Медіапродукт «Етнокультурні традиції по–новому: українська кухня в сучасному форматі» являє собою комплексне дослідження трансформаційних процесів у сфері української гастрономічної культури, реалізоване через формат фоторепортажу з ґрунтовним аналітичним супроводом. Унікальність проєкту полягає в органічному поєднанні документальної фіксації сучасних інтерпретацій традиційних українських страв із культурологічним аналізом, що дозволяє простежити еволюцію гастрономічних традицій від автентичних першоджерел до інноваційних форм. Інтегративний підхід до висвітлення теми забезпечує всебічне розкриття діалектики традицій та інновацій в українській кухні з історичної, культурологічної, технологічної та естетичної перспектив, формуючи у читача цілісне уявлення про динамічну природу культурної спадщини.

Аналіз інформаційного середовища та наукового дискурсу засвідчив актуальність обраної тематики та наявність суспільного запиту на якісний аналітичний контент, присвячений трансформації української кухні в умовах глобалізації. Стрімке зростання кількості закладів, що представляють модернізовану українську кухню, активна діяльність відомих шеф–кухарів з переосмислення національних кулінарних традицій, посилення суспільного інтересу до гастрономічної спадщини як елементу культурної ідентичності та глобальні тенденції до екологізації харчування формують потужний інформаційний привід для створення медіапродукту. Запропонована концепція, що синтезує документальний фоторепортаж, аналітичне есе та експертне інтерв'ю, забезпечує глибину аналізу при збереженні доступності контенту для широкої аудиторії.

Розроблена стратегія поширення та просування медіапродукту ґрунтується на мультиплатформному підході, що передбачає інтеграцію різних каналів комунікації – від онлайн–медіа та соціальних мереж до

спеціалізованих видань, освітніх платформ та офлайн–експозицій. Чотирьохетапна концепція промоції (передпрем’єрний, прем’єрний, підтримувальний етапи та етап розширення) з диференційованим набором маркетингових інструментів для кожного етапу забезпечує послідовне нарощування охоплення аудиторії та створення стійкого інформаційного резонансу. Адаптивність контенту до специфіки різних платформ та сегментів цільової аудиторії підвищує ефективність комунікаційної стратегії та розширює потенціал проєкту для суспільного впливу.

Суспільне значення медіапродукту «Етнокультурні традиції по–новому: українська кухня в сучасному форматі» виходить далеко за межі документування сучасного стану гастрономічної культури. Проєкт має потенціал сприяти збереженню та розвитку нематеріальної культурної спадщини, стимулювати економічний розвиток через популяризацію гастрономічного туризму та ресторанного бізнесу, підтримувати культурну дипломатію, реалізовувати освітні завдання та сприяти соціальній інтеграції. Демонструючи життєздатність та адаптивність українських кулінарних традицій до викликів сучасності, медіапродукт створює простір для діалогу між минулим і майбутнім, традиціями та інноваціями, локальним і глобальним, що має фундаментальне значення для формування сталої культурної ідентичності в умовах динамічних соціокультурних трансформацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абетка візуальної грамотності / за ред. О. Волошенюк, В. Іванова, Р. Євтушенко. Київ : АУП, 2019. 80 с.
2. Анахов С. П., Берковський В. Г., Закринична І. М., Касян Л. Г., Любарська Л. В., Макарова Т. О., Тихенко О. В. (Упоряд.). Кінолітопис. Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів, кіно- і телесюжетів (1986–1995) / ред. Т. О. Ємельянова. Київ: Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного, 2019.
3. Бездрабко В. Соціальні мережі й архівні практики. Архіви України. 2021. № 3(328). С. 16–35. <https://doi.org/10.47315/archives2021.328.016>
4. Божук Л. Інформаційні ресурси і сервіси Інтернет в роботі державних архівів України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія. 2016. № 3(130). С. 14–18.
5. Войтович Н. О., Імбіровська-Сиваківська Л. А. Медіаграмотність: технології і практичне застосування / За заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 57 с.
6. Грицак Н. Формування медіаграмотності учнів на уроках української літератури у 6-му класі. *Studia Methodologica*. 2024. Vol. 57. P. 279-287.
7. Дейнека Л. (Уклад.). Кінофотодокументи в системі документної інформації. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2013. URL: <http://194.44.187.2/eljournal/1/Kino.pdf>
8. До Дня Конституції в програмі «Готуємо разом» – популярні страви української кухні. Главком. URL: <https://glavcom.ua/country/society/do-dnya-konstituciji-v-programi-gotujemo-razom-populyarni-stravi-ukrajinskoji-kuhni-689494.html>
9. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
10. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya\\_vprovadzen](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzen)

nya\_mediaosviti\_v\_ukraini\_nova\_redaktsiya/

11. Кудрявцева Т. О., Коломієць І. В., Момот В. О. Оформлення портфоліо : метод. рекомендації для викладачів / за заг. ред. О. В. Гейко. Харків : Коледж НФаУ, 2016. 11 с.
12. Курбан О. В., Курбан С. О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг. Київ: Білий тигр, 2020. 148 с.
13. Курінна Г. В. Сценарна майстерність на телебаченні. Теледраматургія : навч. посіб. Харків: Харків. держ. акад. культури, 2013. 189 с.
14. Лаврик О. В. Основи журналістики. Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2008.
15. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ : ВЦ Академія, 2006. 752 с.
16. Локальна кухня: страви, які варто скуштувати в різних містах України. Еспресо. URL: <https://espresso.tv/lokalna-kukhnya-stravi-yaki-var-to-skushtuvati-v-riznikh-mistakh-ukraini>
17. Маггламова К. Г. Портфоліо як засіб формування професійної компетентності майбутнього лікаря. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5: Педагогічні науки: реалії та перспективи : зб. наук. пр. 2018. Т. 2. Вип. 60. С. 9–12.
18. Марущак О. (Уклад.). Методичні рекомендації з описування відеодокументів у описах зйомок. Київ: Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного, 2022.
19. Мащенко І. Г. Енциклопедія електронних мас-медіа у двох томах. Запоріжжя : Дике Поле, 2006. Т. 2 : Термінологічний словник основних понять і виразів : телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. 512 с.
20. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>
21. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В.

- Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
22. Мельник Т. Креативні тенденції відеореклами у соціальних мережах. Маркетинг в Україні. 2018. № 2. С. 8-25.
23. Методичні вказівки з підготовки до видання анотованих каталогів кінодокументів. Київ: Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного, 2003.
24. Модельна навчальна програма. «Інформатика. 5-6 клас» для закладів загальної середньої освіти / авт. Морзе Н. В., Барна О. В.
25. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика. Практична журналістика : навч. посібн. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Академія Української Преси, 2019. 234 с.
26. Мокрогуз О. П. До питання про запровадження медіаосвіти у школі. Наукові записки. Серія: Педагогіка. 2013. № 3. С. 95-101.
27. Мокрогуз О. П. Основи медіаграмотності, 7–8 класи: посібник для вчителя / за загал. ред. В. І. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 159 с.
28. Нагорна К. А., Онкович Г. В., Горун Ю. М., Кравчук В. О., Литвин Н. О., Костюхіна І. В., Нагорна К. А. Медіаосвітня роль редактора у створенні коміксів. Медіакомпетентність фахівця: колективна монографія / за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. Г. В. Онковича. Київ : Логос, 2013. 287 с.
29. Наливайко Ю. Ю. Особливості співвідношення понять "текст" - "медіатекст" при вивченні української мови в засобах масової інформації. Соціальні комунікації. 2013. № 2. С. 93–96.
30. Остапенко Л. П., Андрієвська В. М., Олефіренко Н. В. Робота з медіатекстами як ключовий етап у формуванні медіаграмотності учнів початкової школи. Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету. 2022. № 13. С. 104–113.
31. Палієнко М. Українські архіви, війна та збереження національної

- ідентичності. *Архіви України*. 2022. № 1(330). С. 12–38.  
<https://doi.org/10.47315/archives2022.330.012>
- 32.Петрик Л. П. Медіаграмотність як навичка XXI ст. Педагогічна освіта: теорія і практика. *Психологія. Педагогіка*. 2017. № 27. С. 100–104. URL: <http://pedosvita.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/155/21>
- 33.Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним або Як виробляти у собі інформаційну «імунну систему». URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym>
- 34.Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / пер. Т. Гуменюк. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. 257 с.
- 35.Практична медіаосвіта: медіаграмотність в освітньому просторі: навч.-метод. посібник / уклад.: В. В. Байдик, О. В. Проніна; за заг. ред. В. В. Байдик. Лисичанськ, 2021. 66 с.
- 36.Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.1993 р. № 3792-ХІІ: станом на 1 січ. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>
- 37.Про Національний архівний фонд і архівні установи : Закон України від 24.12.1993 р. № 3814-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text>
- 38.Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж. Київ: Клуб Сімейного Дозвілля, 2019. 320 с.
- 39.Слончак Н. (Упоряд.). Кінолітопис. Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів і кіносюжетів (1896–1939). Київ: Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного, 2009.
- 40.Слончак Н., Пількевич Л. (Уклад.). Методичні рекомендації щодо створення іменного каталогу на кіно-, відео-, фото-, фонодокументи. Київ: Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного, 2002.

41. Тег: Кухня. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/tag-kuhna>
42. Тимошик М. Журналіст як професія: ретроспективний огляд побутування поняття в інформаційному просторі. Український інформаційний простір. 2021. № 2(8). С. 39–73. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245811](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245811)
43. Тлумачний словник сучасної української мови / уклад. Л. П. Коврига, Т. В. Ковальова, В. Д. Пономаренко / за ред. В. С. Калашника. Харків : Белкаркнига, 2005. 800 с.
44. Тодорова О. В. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. Київ: Інтерконтиненталь-Україна, 2020. 192 с.
45. Тулодзєцький Г., Герціг Б., Графе С. Медіаосвіта в школі та на уроці: Основи і приклади / За загал. ред. В. Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 405 с.
46. Українські національні страви у сучасному виконанні: тренди та нові інтерпретації | Новітні зміни в гастрономічній культурі України. Fact News. URL: <https://fact-news.com.ua/ukrainski-natsionalni-stravi-u-suchasnomu-vikonanni-trendi-ta-novi-interpretatsii-novitni-zmini-v-gastronomichnij-kulturi-ukraini/>
47. Українські шоу про їжу на YouTube, які варто глянути. Lviv.Media. URL: <https://lviv.media/lifestyle/92768-ukrayinski-shou-pro-yizhu-na-youtube-yaki-varto-glyanuti/>
48. Федоренко О. Г., Кайдан Є. В. Формування медіаграмотності підлітків. Технології електронного навчання. 2021. № 5. С. 66-72. URL: <https://doi.org/10.31865/2709-840002020222557>
49. Хиневич Р. В., Єрмоленко Д., Омельченко Г. Відеопродукт як засіб комунікації у сучасній рекламі. Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 квітня 2020 р. Київ : КНУТД, 2020. Т. 2. С. 125–128.
50. Шевирьова І. Г. Відеопродукт як засіб формування медіа-компетентності майбутніх учителів початкової школи. Вісник Луганського національного

- університету імені Тараса Шевченка. 2018. Ч. 1. № 8 (322). С. 170–179.
- 51.Шевирьова І. Г. Медіа-продукт як результат практичної діяльності майбутніх учителів початкових класів. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2018. № 6 (320). С. 353–361.
- 52.Шевченко В. Е. Мультимедійні історії: навч. посібник. Київ: Інститут журналістики, 2020. 74 с.
- 53.Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: Підручник для вчителів / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.
- 54.Ширман Р. Н. Телевізійна режисура. Майстер-клас. Київ, 2004. 197 с.
- 55.Шроль Т. Формування медіаграмотності студентів педагогічних спеціальностей у контексті ІКТосвіти. Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті ХХІ століття: проблеми, досягнення і перспективи : матер. Міжнар. наук.-практ. Ін-т-конф., м. Харків, 25–27 жовтня 2013 р. / за заг. ред. канд. пед. наук Л. Д. Покроєвої. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2013. С. 226–228.
- 56.Щербатюк В., Коглан О. Фотоколаж як один із засобів розвитку візуального мислення. Актуальні питання гуманітарних наук : міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2020. Т. 4. Вип. 31. С. 269–275.
- 57.Fedorenko E. H., Velychko V. Ye., Omelchenko S. O., Zasliskiyy V. I. Learning free software using cloud services. Proceedings of the 7th Workshop on Cloud Technologies in Education (CTE 2019), Kryvyi Rih, Ukraine, December 20, 2019. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2643/paper29.pdf>
- 58.Griffiths K. The Art of Script Editing: A Practical Guide. Creative Essentials, 2016. 192 p.
- 59.Mckee R. Character: The Art of Role and Cast Design for Page, Stage, and Screen. Grand Central Publishing, 2021.
- 60.Mckee R. Dialogue: The Art of Verbal Action for Page, Stage, and Screen.

- Twelve, 2016.
61. McLoughlin N. et al. *Creative Writing: Drafting, Revising and Editing*. Red Globe Press, 2020. 268 p.
  62. Potter W. J. *Media Literacy*. Thousand Oaks. London : Sage Publication, 2001. 423 p.
  63. Velychko V. Ye., Omelchenko S. O., Khyzhniak I. A., Fedorenko E. G. Developing and using open electronic educational resources in educational activities. *Journal of Physics: Conference Series*. 2021. Vol. 1840. Art. 012063. URL: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1840/1/012063>
  64. Velychko V., Fedorenko O., Kassim D. Conceptual Bases of Use of Free Software in the Professional Training of Pre-Service Teacher of Mathematics, Physics and Computer Science. *Educational Dimension*. 2018. Vol. 51. P. 123–135. URL: <https://doi.org/10.31812/pedag.v51i0.3662>
  65. Velychko V., Omelchenko S., Fedorenko O. Open Access to ICT and Electronic Educational Resources as a Guarantee of Sustainable Development of Society. *Proceedings of the 2020 3rd International Seminar on Education Research and Social Science (ISERSS 2020), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 2021. Vol. 516. P. 79-85. URL: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210120.017>
  66. Worsnop C. *Screening Images: Ideas for Media Education*. Mississauga; Ontario : Wright Communications, 1994. 179 p.

## ДОДАТКИ

Фоторепортаж 1

### Продукція та меню українських страв у ресторані "Галушка" (Київ)



Фоторепортаж «Етнокультурні традиції по-новому: українська кухня в сучасному форматі» представляє собою візуальну документацію трансформаційних процесів у сфері української гастрономічної культури початку ХХІ століття. Основне завдання візуального наративу полягає у простеженні еволюційних змін традиційних кулінарних практик під впливом глобалізації, технологічного прогресу та переосмислення культурного спадку. Шлях, який проходить українська кухня від автентичних першоджерел до модерних інтерпретацій, відображає загальні процеси культурної ідентифікації та ревіталізації національних традицій у постколоніальному контексті.

Методологія підбору візуального матеріалу базувалася на принципах

репрезентативності та документування контрасту між традиційною естетикою та інноваційними формами. Фотографії фіксують не лише зовнішній вигляд страв, але й атмосферу закладів, процеси приготування, портрети шеф-кухарів, створюючи таким чином багаторівневу оповідь про динаміку української гастрономічної культури. Особлива увага приділялася фіксації текстур, кольорових рішень, форм подачі, що дозволило простежити естетичну еволюцію візуального представлення української кухні.

Структурна організація візуального матеріалу відображає рух від традиційного до інноваційного та демонструє багатогранність підходів до переосмислення кулінарної спадщини – від незначних модифікацій автентичних рецептів до радикальних експериментів з формою, текстурою та інгредієнтами. Паралельно в фоторепортажі простежується географічний вимір трансформацій, що демонструє регіональне різноманіття кулінарних традицій України та специфіку їх сучасних інтерпретацій.



«Галушка» — київський ресторан, що представляє інноваційний підхід до

української кухні, балансуючи між традицією та сучасністю. Інтер'єр закладу характеризується сміливим поєднанням автентичних елементів (орнаментована плитка, рушники, солом'яні інсталяції) з сучасними дизайнерськими рішеннями, зокрема неоновим фіолетовим освітленням. Символічним центром закладу є стилізована лялька-мотанка «Галушка», що виступає не лише декоративним елементом, але й культурним маркером. Колекція українських артефактів — вишиті рушники, керамічний посуд, декоративні тарілки — розміщена в освітлених вітринах, створюючи ефект сучасної інтерпретації етнографічного музею. Меню ресторану демонструє помірний рівень кулінарних експериментів — традиційні рецепти отримують нове візуальне вирішення та сучасні елементи, при цьому зберігаючи автентичний смаковий профіль.



Українські страви» представляють консервативний, автентично-орієнтований напрям розвитку української гастрономії. Інтер'єр закладу відтворює атмосферу традиційної української оселі з максимальною етнографічною точністю — дерев'яні балки, білені стіни, традиційні розписи. Дизайн простору насичений етнографічними елементами — колекції старовинних фігурок, декоративних тарілок, традиційні музичні інструменти та вишиті рушники. Зовнішній майданчик оформлений у стилі сільського подвір'я з тинами, декоративними фігурами, солом'яними інсталяціями. Кулінарна концепція закладу ґрунтується на скрупульозному відтворенні традиційних рецептів — борщ подається у хлібній паляниці з пампушками, дерени — на дерев'яних дошках з сметаною та зеленню, крученики демонструють класичне виконання з акцентом на якості інгредієнтів та майстерності приготування.





Галушки — символічна страва полтавської кухні, яка сформувалася в XVI-XVII столітті. Етимологія назви походить від давньослов'янського «галка» — округлий шматок, що віддзеркалює первісну форму виробу. Технологія приготування традиційних галушок передбачала змішування прісного тіста з пшеничного борошна з додаванням яйця та води, формування невеликих шматочків неправильної форми шляхом відщипування чи відривання від загального шматка, відварювання у підсоленій воді. Регіональні варіації включають гречані галушки на Слобожанщині, галушки з додаванням картоплі на Поліссі, галушки з сиром на Гуцульщині. В етнографічних джерелах згадуються різні способи споживання — зі сметаною, шкварками, маслом, засмажкою, як доповнення до борщу чи юшки. Галушки мали не лише утилітарне, але й обрядове значення — на Полтавщині їх готували на хрестини, в деяких регіонах вони були елементом весільної обрядовості.

В ресторані «Галушка» представлена сучасна інтерпретація страви з акцентом на естетичній довершеності — ідеально круглі кульки з пружною текстурою, подані з авторським соусом насиченого жовтого кольору та посипкою з мигдалевих пластівців. Шеф-кухар використовує борошно вищого ґатунку та додає у тісто вершкове масло для створення більш вишуканої текстури.



В «Українських стравах» галушки готуються за класичним рецептом з характерною неправильною формою та подаються у глиняній мисці зі сметаною та засмажкою, підкреслюючи автентичність підходу. Найрадикальніше переосмислення пропонує заклад «Сто років тому вперед», де шеф створює галушки-трансформери — зовні класичні галушки, які при надкушуванні вивільняють рідку начинку з грибного соусу, а також експериментальні варіації з додаванням активованого вугілля для чорного кольору та трюфельної олії для аромату. Цікавими є також галушки з різних видів борошна — гречаного, кукурудзяного, нутового, що відповідають сучасним дієтичним трендам і роблять страву доступною для людей з непереносимістю глютену.

Дерени (деруни) — традиційна страва центральної та північної України, яка еволюціонувала з давніх способів приготування овочів на розпеченому камені. Лінгвістичний аналіз назви пов'язує її з дієсловом «дерти», що вказує на спосіб обробки основного інгредієнта — картоплі, яку терли на терці. Історичні джерела датують появу дерунів у сучасному вигляді кінцем XVIII

століття, після поширення картоплі на українських землях. До цього існували аналогічні страви з використанням ріпи, моркви та інших коренеплодів. Традиційна технологія передбачає змішування тертої картоплі з цибулею, яйцем, борошном та спеціями, формування плоских оладок та смаження на соняшниковій олії до утворення хрусткої золотистої скоринки. Страва має виразне регіональне різноманіття — на Поліссі до дерунів додають гриби, на Поділлі — сир, на Волині популярні деруни з м'ясною начинкою, на Закарпатті — з бринзою та кропом.

В закладі «Українські страви» деруни готуються за класичним рецептом з акцентом на якості інгредієнтів — використовується органічна картопля сортів з високим вмістом крохмалю, що забезпечує хрусткість. Подаються на дерев'яній дошці з домашньою сметаною, шкварками та тертим часником, прикрашені гілочкою кропу та червоною цибулею, що підкреслює автентичність і водночас створює вишуканий візуальний образ. Ресторан «Галушка» пропонує дерун-конструктор — основа з класичного тіста подається з набором топінгів (ікра форелі, копчений лосось, гуцульська бринза, печериці в сметані), що дозволяє гостю створити власну комбінацію смаків. У закладі «Сто років тому вперед» представлена найбільш радикальна інтерпретація — дерун-вафлі, де тісто випікається у вафельниці, створюючи геометрично правильну форму з рельєфною поверхнею та контрастом текстур (хрустка зовнішня частина і м'яка середина). Подаються з ферментованим соусом із зелених яблук та хроном, що створює несподіваний смаковий акцент, та прикрашаються квітами настурції, які додають не лише естетичної привабливості, але й пікантних нот у смаковому профілі.



У закладі «Галушка» представлена ф'южн-версія — крученики з телятини з начинкою з карамелізованої груші, блакитного сиру та волоських горіхів, подані з соусом з портвейну та червоної смородини, що створює складний багатошаровий смаковий профіль з балансом солодких, кислих та солоних нот. Найбільш інноваційний підхід демонструє «Сто років тому вперед», де шеф-кухар створює крученик-парфе — шари різних видів м'яса (качине філе, телятина, свинина) з контрастними начинками (фуа-гра, трюфельне пюре, ферментовані лисички), спресовані в циліндричну форму під вакуумом, приготовані технікою су-від при температурі 58°C протягом 4 годин, нарізані тонкими слайсами та подані з градієнтом із п'яти різних соусів — від лаконічного м'ясного демі-глас до складного емульсійного соусу з ферментованим часником та ялівцем





Варенички з ягодами — солодка версія однієї з найдавніших страв української кухні, що має глибоке історичне та обрядове коріння. Археологічні та етнографічні дослідження свідчать про формування техніки приготування вареників ще в період Київської Русі, хоча перші письмові згадки датуються XVI століттям. Етимологічно назва пов'язана з давньослов'янським коренем «вар» — кипіння, варіння. Традиційне тісто для вареників готувалося з пшеничного борошна, яєць та води, для святкових варіантів додавалося молоко або сироватка. Солодка начинка зазвичай включала сезонні ягоди — вишню, чорницю, полуницю, малину — з додаванням цукру або меду. В обрядовому контексті вареники з вишнею мали особливе значення в купальській обрядовості як символ достатку та родючості, а також у весільних традиціях деяких регіонів України як символ жіночої фертильності та сімейного щастя. Регіональні варіації включають подільські вареники з

калиною та медом, волинські з чорницею та маком, закарпатські з лісовою малиною та горіхами.

В ресторані «Галушка» представлена яскрава сучасна інтерпретація — тісто забарвлене натуральним буряковим соком до насиченого рожевого кольору, форма ідеально кругла завдяки використанню спеціальних форм, начинка з вишні та чорної смородини створює насичений ягідний смак з балансом кислоти та солодкості. Подаються з декоративною поливкою з білого шоколаду та ягідного соусу, що створює контрастний візуальний ефект, перетворюючи традиційну страву на вишуканий десерт. В «Українських стравах» вареники готуються за автентичним рецептом — тісто замішується на сироватці, формується вручну традиційним способом «защипування», начинка включає свіжу вишню з мінімальною кількістю цукру. Подаються зі сметаною та медом у глиняній мисці, прикрашені листочками м'яти та цукровою пудрою. У закладі «Сто років тому вперед» шеф-кондитер створює авангардну версію — мініатюрні вареники (діаметром близько 2 см) з тонкого тіста з додаванням лавандового пилку, з рідкою начинкою з малини та білого шоколаду, яка застигає при охолодженні та розтікається при нагріванні, створюючи ефект-сюрприз при дегустації. Подаються на чорній тарілці з чипсом із малини, ферментованим ягідним пюре та молекулярною піною з маскарпоне.



Фоторепортаж 2

**Композиційне представлення інтер'єру та меню в ресторані  
"Українські страви" (Київ)**



Матеріальні артефакти української культури в інтер'єрах досліджених закладів виступають потужними семіотичними маркерами, що формують наративний простір гастрономічного досвіду. Традиційні матеріали – дерево, солома, лоза, ткані вироби – використовуються не лише як функціональні елементи дизайну, але й як носії культурних кодів, що активують механізми національної ідентифікації.

Дерево як матеріал з глибоким міфологічним підтекстом в українській культурі (світове дерево, дерево життя) представлене в різноманітних формах – від структурних елементів інтер'єру (балки, стіни, стеля) до декоративних деталей (різьблені панно, ложки, миски). Ресторан «Українські страви» демонструє найбільш послідовне використання дерев'яних елементів – масивні дерев'яні меблі, різьблені полиці, декоративні балки створюють атмосферу традиційної української хати. Знаковим елементом виступає стилізований тин з лози, що відмежовує зовнішню терасу, символічно відокремлюючи простір ресторану від міського середовища, створюючи ефект занурення в сільський локус.

Солом'яні інсталяції на стелі ресторану «Галушка» – пучки засушеного колосся, дідухи, солом'яні зірки – апелюють до аграрної символіки, що займає центральне місце в українській міфопоетичній традиції. Пшеничний колос як символ родючості, добробуту, циклічності природних процесів трансформується з утилітарного сільськогосподарського продукту в естетичний об'єкт, підкреслюючи зв'язок української кухні з землеробською культурою. Ці елементи створюють виразний контраст з неоновим освітленням та сучасними дизайнерськими рішеннями, демонструючи діалектику традиції та інновації.

Текстильні вироби в оформленні закладів відіграють особливу роль як носії орнаментального коду української культури. Вишиті рушники, розвішані на стінах, драпіровані над вікнами або використані як елементи сервірування, втілюють полісемантичну природу української вишивки. Кожен

орнаментальний мотив – ромби, хрести, розетки, стилізовані рослинні та зооморфні елементи – має власне символічне значення, пов'язане з архаїчними уявленнями про структуру світобудови, циклічність природних процесів, захисну магію.













Лялька-мотанка «Галушка» – центральний символічний елемент однойменного ресторану, що поєднує функції оберегу, декоративного об'єкта та візуалізації концепції закладу. Традиційна технологія виготовлення ляльки без використання голки, з хрестоподібним перев'язуванням тканини, відображає архаїчні захисні практики, а вишите вбрання з рослинними мотивами символізує жіноче начало та родючість. Розташування мотанки на видному місці біля входу актуалізує її функцію оберегу, а інформаційний напис про внесення до національного реєстру рекордів підкреслює унікальність та культурну значущість артефакту.

Народні картини та декоративні розписи на стінах ресторану «Українські страви» відтворюють традицію хатнього малювання, характерну для центральних та східних регіонів України. Сюжети з народного життя, зображення козака-бандуриста, стилізовані рослинні мотиви апелюють до візуальної мови українського фольклору, створюючи специфічний наративний простір, що занурює відвідувача в контекст національної культури.

Колористичні рішення розписів – насичені жовті, червоні, зелені кольори – базуються на традиційній палітрі українського народного мистецтва, підсвідомо активуючи культурну пам'ять та механізми національної ідентифікації. Керамічний посуд та декоративні тарілки, розміщені на полицях та розвішані на стінах, виступають одночасно функціональними та естетичними об'єктами. Традиційна кераміка різних осередків гончарства – опішнянська, косівська, гавареччина – представляє регіональне різноманіття українського декоративно-прикладного мистецтва. Орнаментальні мотиви на кераміці – концентричні кола, хвилясті лінії, крапки, рослинні елементи – мають архаїчне походження, пов'язане з космогонічними уявленнями про структуру світобудови, рух сонця, циклічність природних процесів.

Світло відіграє особливу роль у формуванні символічного простору досліджених закладів, трансформуючи сприйняття традиційних елементів декору через специфічні світлові ефекти. Контрастне використання традиційних та сучасних джерел освітлення створює динамічний візуальний наратив, що відображає еволюцію культурних практик. Стримане тепле світло свічок та ламп, стилізованих під гасові, в ресторані «Українські страви» відтворює атмосферу традиційної української оселі, формуючи інтимний, камерний простір.

Неонове фіолетове освітлення вітрин з консервацією в ресторані «Галушка» радикально трансформує сприйняття традиційних банок з соліннями, перетворюючи утилітарні об'єкти на елементи сучасної арт-інсталяції. Подібний світловий прийом демонструє процес естетизації повсякденних практик, характерний для постмодерної культури споживання, де функціональні об'єкти набувають статусу мистецьких артефактів. Гірлянди з дрібних лампочок, розміщені на декоративних полицях ресторану «Українські страви», створюють ефект мерехтливого, казкового простору, підсилюючи відчуття виходу за межі повсякденності у простір ритуалізованого споживання їжі.

Композиційна організація символічних елементів в інтер'єрах закладів відображає різні стратегії роботи з культурною спадщиною – від етнографічної реконструкції до постмодерністської деконструкції. Ресторан «Українські страви» демонструє найбільш цілісний підхід, де всі елементи інтер'єру підпорядковані єдиній концепції відтворення автентичного простору української хати з максимальною етнографічною достовірністю. Натомість ресторан «Галушка» пропонує фрагментарний, колажний підхід, де традиційні елементи вириваються з оригінального контексту та поміщаються в нове, сучасне середовище, створюючи ефект культурного бриколажу, характерного для постмодерної естетики.

Візуальна документація трансформації української кухні, представлена у фоторепортажі, відображає динамічні процеси переосмислення культурної спадщини в контексті глобалізації та технологічного прогресу. Зафіксовані образи демонструють три основні вектори розвитку національної гастрономічної культури – збереження автентичності з мінімальними модифікаціями, модернізацію через технологічні інновації при збереженні смакових профілів, радикальну трансформацію з використанням авангардних технік.

Баланс між традицією та інновацією формується індивідуально кожним закладом, відображаючи різні філософські підходи до роботи з культурною спадщиною. Візуальна мова сучасної української кухні поєднує елементи етнографічної достовірності з новаторськими дизайнерськими рішеннями, створюючи унікальний гастрономічний нарратив, що відображає процеси національної ідентифікації в постколоніальному контексті.

### Асортимент страв у ресторані "Сто років тому вперед" (Київ)



Авторські тістечка з українськими мотивами представляють найбільш радикальну трансформацію традиційної кондитерської спадщини України. Фотографія зеленого десерту у формі стилізованої квітки на чорній тарілці з ресторану «Сто років тому вперед» демонструє використання молекулярних технік для створення авангардної інтерпретації традиційних смаків. Яскравий зелений колір досягається використанням натуральних барвників – шпинату, спіруліни або матчі, а текстурні елементи у формі пелюсток виготовлені з тонкого тіста, випеченого до хрусткої консистенції. Концептуально десерт відсилає до українських традицій прикрашання обрядової випічки рослинними мотивами, але втілює їх через призму сучасної високої кухні.

Соління та ферментовані продукти становлять фундаментальну частину української кулінарної традиції, виникнувши як метод консервації сезонних овочів та фруктів для зимового періоду. Археологічні знахідки свідчать про

використання ферментації на території України ще в період трипільської культури (IV-III тисячоліття до н.е.), про що свідчать залишки керамічного посуду зі слідами молочнокислого бродіння. Письмові джерела XVI-XVII століть фіксують розвинену культуру соління та квашення як невід'ємну частину господарського циклу українських домогосподарств. Технологія природної ферментації базувалася на молочнокислому бродінні з використанням солі та спецій — кропу, часнику, хропу, вишневого та смородинового листа, перцю горошком. Традиційно в Україні квасили капусту (цілими головками або шаткованою), огірки, помідори, яблука, груші, кавуни, буряк, які зберігалися в дерев'яних діжках або глиняних горщиках у прохолодних погребках.

В закладі «Галушка» соління перетворюються на елемент декору та концептуальний маркер — скляні банки з ферментованими овочами розміщені у спеціальних вітринах з неоновим фіолетовим підсвічуванням, що створює футуристичний візуальний ефект і перетворює утилітарний продукт на арт-об'єкт. Асортимент включає класичні квашені огірки та капусту, доповнені авторськими варіаціями — ферментованою цвітною капустою з куркумою, маринованими кабачками з м'ятою, квашеними яблуками з корицею. Ресторан «Українські страви» робить акцент на автентичності — соління готуються за традиційними рецептами в дерев'яних діжках, використовуються старовинні рецепти з родинних архівів шеф-кухаря, зокрема капуста квашена з журавлиною та яблуками, огірки мариновані з вишневим листом та часником, помідори зелені квашені з кропом та хроном. Асортимент включає експериментальні комбінації — ферментований кавун з чилі, квашені сливи з кардамоном, лактоферментовану редьку з імбиром. Особливістю є використання прозорого розсолу, отриманого шляхом кларифікації через желатинову фільтрацію, що створює візуально чистий, майже лабораторний естетичний ефект.

М'ясні делікатеси, зокрема сало, представляють окрему категорію

трансформацій. Сало як іконічний продукт української кулінарної культури має глибоке історичне коріння, пов'язане з його високою енергетичною цінністю, тривалим терміном зберігання та смаковими якостями. Традиційно сало солили з використанням солі, часнику, перцю, лаврового листа, зберігали в холодному погребі, подавали з чорним хлібом, цибулею та гірчицею. Регіональні варіації включали копчене сало на Закарпатті, перетоплене смальцем на Поліссі, мариноване з паприкою на Півдні.





Фотографія м'ясних закусок у скляних банках з ресторану «Сто років тому вперед» демонструє радикальне переосмислення традиційної форми – тонко нарізане м'ясо з мікрозеленню у скляних контейнерах створює візуальну естетику лабораторного зразка, підкреслюючи точність і технологічність сучасного підходу до традиційних продуктів. Авторські техніки включають використання різних видів копчення (холодне, гаряче, на різних породах деревини), експерименти з маринадами (з додаванням вина, меду, фруктових соків), нетрадиційні способи нарізки (карпачо, татакі), що дозволяють переосмислити текстуру та спосіб споживання традиційних м'ясних продуктів.

Інноваційний підхід Володимира Ярославського включає створення сала-мус – повітряної емульсії з використанням сифона, що перетворює традиційний продукт на вишукану закуску молекулярної кухні. Експерименти Ольги Мартиновської з текстурою дозволили створити сало-терин – пресовані шари різних видів сала з додаванням трав, спецій та фруктів, що нарізається тонкими слайсами та подається на грінках з різними соусами.

Естетика презентації кулінарних творів у досліджених закладах української кухні формується на перетині трьох основних підходів, що відображають різні філософії переосмислення традицій. Кожен заклад пропонує унікальну візуальну концепцію, що втілює певну модель взаємодії з культурною спадщиною – від етнографічної реконструкції до радикального авангарду.

Традиційний підхід до подачі страв, найбільш яскраво представлений у ресторані «Українські страви», характеризується використанням автентичних матеріалів та форм посуду, що мають історичне підґрунтя в українській кулінарній практиці. Дерев'яні різьблені дошки для подачі дерунів та сала відтворюють давню традицію використання деревини як основного матеріалу для кухонного начиння у сільській культурі, підкреслюючи природність та екологічність національної кухні. Глиняний посуд – миски, полумиски, горщики – застосовується для подачі борщу, узвару, печені, відображаючи особливе місце гончарства в українському ремісництві та його тісний зв'язок з кулінарними практиками.



Рушники з традиційною вишивкою, використані як елементи сервірування столу, виступають не лише декоративним, але й семіотичним елементом, враховуючи сакральне значення вишивки в українській культурі. Кожен орнамент несе певне символічне навантаження – геометричні мотиви, рослинні елементи, зооморфні символи відображають регіональні особливості та обрядові функції.



Модерний підхід до візуальної презентації страв, втілений у концепції ресторану «Сто років тому вперед», ґрунтується на принципах мінімалізму, точності форм та чистоти ліній. Білі тарілки з тонкої порцеляни слугують нейтральним тлом для експозиції страви як арт-об'єкта, фокусуючи увагу на текстурах, кольорі та композиційній будові кулінарного твору. Монохромність посуду створює драматичний контраст з яскравими кольорами страв – насиченим червоним соусом, зеленими елементами, що підкреслює візуальну виразність інгредієнтів.

Геометричність композиційних рішень проявляється в чітких лініях розташування компонентів страви, математично вивірених пропорціях порцій, симетричному або асиметричному балансі елементів на тарілці. Мініатюризація порцій, характерна для високої кухні, трансформує процес споживання їжі в естетичний досвід, де кожен шматочок сприймається як завершений художній образ.

Ф'южн-підхід, найбільш яскраво представлений у ресторані «Галушка», поєднує елементи традиційної та модерної естетики, створюючи гібридну візуальну мову. Дерев'яні дошки поєднуються з елементами сучасного дизайну – скляними соусницями, металевими конструкціями, створюючи діалог матеріалів різних епох. Традиційні форми подачі трансформуються через використання сучасних технік – піни, гелі, мікрозелень доповнюють класичні страви, створюючи багаторівневу текстурну композицію.

Колористичні рішення у ф'южн-підході відзначаються сміливістю та контрастністю – насичені кольори соусів створюють яскраві акценти на тлі стриманих відтінків основних компонентів страви. Фіолетове освітлення вітрин з консервацією трансформує утилітарний продукт у мистецький об'єкт, змінюючи контекст його сприйняття з кулінарного на естетичний.

Спільною рисою всіх підходів до візуальної презентації страв виступає підвищена увага до деталей, що відображає загальну тенденцію естетизації повсякденності в сучасній культурі споживання. Мікрозелень, їстівні квіти, точкові соуси, делікатне порошокове оздоблення перетворюють страву на поле для художнього самовираження шеф-кухаря, а процес харчування – на комплексний естетичний досвід.