

УДК 316.77:008(477)(100)«2004/2024»

DOI <https://doi.org/https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.4.41>**Фурдичко Андрій Орестович,**

*доктор мистецтвознавства, професор, заслужений артист України,  
завідувач кафедри естрадного співу,  
Київського національного університету культури і мистецтв  
orcid.org/0000-0001-8651-1562  
akniaz@ukr.net*

**Овчаренко Святослав Вадимович,**

*доктор філософії з культурології,  
старший викладач кафедри музичного мистецтва  
Київського національного університету культури і мистецтв  
orcid.org/0000-0003-1855-9358  
Researcher ID: HIR-6443-2022  
ovcharenko-svyatoslav@ukr.net*

## **ЕВОЛЮЦІЯ СТРАТЕГІЙ КУЛЬТУРНОЇ САМОРЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ УЧАСТІ В ПІСЕННОМУ КОНКУРСІ «ЄВРОБАЧЕННЯ»**

У статті проаналізовано еволюцію стратегій культурної саморепрезентації України в межах пісенного конкурсу «Євробачення» як інструмента м'якої сили з акцентом на виявлення ключових наративів та їхньої ролі у формуванні міжнародного іміджу держави. Для реалізації поставлених завдань застосовано метод якісного контент-аналізу виступів України на конкурсі «Євробачення» у період з 2003 по 2024 рік. Джерельну базу становлять відеозаписи виступів, тексти пісень, режисерські та сценографічні рішення, а також офіційна документація конкурсу. До вторинних джерел належать наукові статті, аналітичні публікації, медіа-матеріали, присвячені питанням культурної дипломатії, формування національного бренду та політичним аспектам конкурсу. У ході дослідження з'ясовано, що участь України в конкурсі «Євробачення» упродовж 2003–2024 років засвідчує наявність послідовної й динамічної стратегії культурної самопрезентації, що включає інтеграцію національних символів, гібридні музичні стилі та багатомовні виконавські практики. З часом українські виступи все активніше поєднували естетичні інновації з прихованими або відкритими політичними повідомленнями, відображаючи зміни геополітичного контексту та ідентифікаційних орієнтирів країни. Таким чином, конкурс «Євробачення» виступає не лише як музична сцена, а як потужна платформа культурної дипломатії та інструмент національного брендингу. Наукова новизна дослідження полягає у здійсненні комплексного аналізу стратегій культурної самопрезентації України на «Євробаченні» в межах культурологічного та мистецтвознавчого підходів за період 2003–2024 років. Незважаючи на зростання значущості конкурсу як засобу культурної дипломатії й репрезентації на міжнародній арені, досі бракує системних міждисциплінарних досліджень, які б поєднували естетичний, музикознавчий, сценографічний і політико-комунікативний аналіз у динаміці розвитку українських виступів. Упродовж 2003–2024 років конкурс «Євробачення» слугував для України не лише музичним змаганням, а й стратегічною платформою культурної дипломатії, за допомогою якої країна конструювала та трансливала свій міжнародний імідж. Художні рішення, мовні стратегії та політичні меседжі в українських виступах відображають динаміку національної ідентичності в умовах складних внутрішніх і зовнішніх трансформацій.

**Ключові слова:** культурна дипломатія, культурна саморепрезентація, медійна репрезентація, музична культура України XXI століття, національний брендинг, пісенний конкурс «Євробачення», перформативні стратегії.

**Furdychko Andriy,**

*Doctor of Arts, Professor, Honored Artist of Ukraine,  
Head of the Department of Pop Singing,  
Kyiv National University of Culture and Arts  
orcid.org/0000-0001-8651-1562  
akniaz@ukr.net*

**Ovcharenko Svyatoslav,**

*PhD in Cultural Studies,  
Assistant Professor at the Department of Music Art,  
Kyiv National University of Culture and Arts  
orcid.org/0000-0003-1855-9358  
Researcher ID: HIR-6443-2022  
ovcharenko-svyatoslav@ukr.net*

## THE EVOLUTION OF UKRAINE'S CULTURAL SELF-REPRESENTATION STRATEGIES IN THE CONTEXT OF PARTICIPATION IN THE EUROVISION SONG CONTEST

The aim of the study is to analyze the transformation of Ukraine's cultural self-representation strategies within the framework of the Eurovision Song Contest as a tool of soft power, and to identify the key narratives and their role in shaping the country's international image. Research methods that contribute to solving the tasks set are: qualitative content analysis of Ukraine's ESC entries from 2003 to 2024. Primary data sources include performance recordings, lyrics, staging, and official ESC documentation. Secondary sources comprise academic articles, media reports, and scholarly analyses focusing on cultural diplomacy, nation branding, and the political dimensions of the ESC. The study reveals that Ukraine's participation in the Eurovision Song Contest between 2003 and 2024 demonstrates a deliberate and evolving strategy of cultural self-presentation, characterized by the integration of national symbols, hybrid musical styles, and multilingual performance practices. Over time, Ukrainian entries have increasingly combined aesthetic innovation with subtle and overt political messaging, reflecting the country's shifting geopolitical context and identity aspirations. Eurovision has thus functioned not only as a stage for musical performance but also as a platform for cultural diplomacy and nation branding. The scientific novelty of this study lies in its comprehensive cultural and art criticism-based analysis of Ukraine's strategies of cultural self-presentation in the Eurovision Song Contest from 2003 to 2024. Despite the contest's growing significance as a tool of cultural diplomacy and a medium for shaping a nation's international image, there remains a notable lack of systematic, interdisciplinary research that integrates aesthetic, musicological, scenographic, and political-communicative perspectives on Ukraine's performances in their temporal development. This research is the first to trace the evolution of Ukraine's representational practices at Eurovision with a focus on the interplay between artistic expression and national narrative against the backdrop of shifting socio-cultural and political contexts. As such, it fills a scholarly gap within contemporary Ukrainian and European integration discourse, offering a novel framework for interpreting the Eurovision Song Contest as a site of symbolic cultural dialogue. Between 2003 and 2024, the Eurovision Song Contest served for Ukraine not merely as a musical competition, but as a strategic platform of cultural diplomacy through which the nation constructed and projected its image. Artistic choices, language use, and political messaging in Ukrainian entries reflect the evolving national identity amid complex domestic and international transformations.

**Key words:** cultural diplomacy, cultural self-representation, media representation, musical culture of Ukraine in the 21st century, national branding, Eurovision Song Contest, performative strategies.

**Постановка проблеми.** У контексті сучасного геополітичного протистояння та інформаційної війни Україна дедалі активніше використовує культурні платформи для зміцнення свого міжнародного іміджу та консолідації внутрішньої ідентичності. Пісенний конкурс «Євробачення» як один із наймасштабніших і найвпливовіших європейських заходів виступає

потужним інструментом культурної дипломатії, формуючи уявлення про державу не лише як про музичного виконавця, але і як про носія демократичних цінностей, солідарності та історичної пам'яті. Актуальність досліджуваної теми особливо зросла після повномасштабного вторгнення Російської Федерації у 2022 році, коли перемога Kalush Orchestra

з піснею «Стефанія» перетворила сценічний виступ на гасло національної стійкості та символ підтримки українського народу. Одночасно простежується трансформація з фольклорно орієнтованого шоу формату 2000-х років до політизованих і насичених історичними алюзіями виступів останніх років. Це засвідчує зміну стратегічних пріоритетів у сфері культурної самопрезентації, що потребує всебічного аналізу як у межах теорії культурної дипломатії, так і в межах кейс-дослідження ідентичності. Отже, дослідження стратегій самопрезентації України на пісенному конкурсі «Євробачення» є важливим для розуміння механізмів м'якої сили, оцінки ефективності культурних ініціатив у міжнародних публічних комунікаціях та вивчення процесів конструювання національної ідентичності в умовах сучасних викликів.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

У межах сучасних досліджень культурної самопрезентації України на пісенному конкурсі «Євробачення» окреслено низку тематичних напрямів, однак на сьогодні відсутній цілісний міждисциплінарний підхід до вивчення цього феномену. Так, В. Даниленко (2024) досліджує явище інформаційно-музичної війни між Росією та Україною, доводячи, що музичний контент у цифровому середовищі виконує функції інструменту гібридного протистояння. Водночас у цьому дослідженні не розкрито особливості внутрішніх стратегій репрезентації України на «Євробаченні». У межах медіаінтерпретативного підходу М. Дружинець (2019) розглядає конкурс у контексті телевізійних вокальних шоу як чинник європеїзації українського культурного простору, акцентуючи на механізмах локалізації європейського формату. Проте у його праці залишаються недостатньо опрацьованими сценографічні та мовні аспекти. У свою чергу, Я. Кириленко (2023) зосереджується на перформативному та сценографічному вимірах репрезентації українських переможних виступів, здійснюючи детальний аналіз хореографії та візуального оформлення сценічного образу. Водночас дослідження обмежується трьома кейсами і не охоплює музикознавчого та мовнополітичного аналізу. Композиційно-стилістичні параметри українських переможних пісень 2004, 2016 і 2022 років стали об'єктом дослідження В. Колоска (2022), який здійснює

глибокий музикознавчий аналіз, акцентуючи на інструментальних та жанрових характеристиках. Однак дослідник не враховує соціально-політичний контекст функціонування цих творів у просторі міжнародної комунікації. О. Ходченко та Є. Коверська (2024) інтерпретують «Євробачення» як дієвий інструмент культурної дипломатії та конструювання позитивного міжнародного іміджу України, проте у їхніх працях відсутній інтегрований аналіз музикознавчого, сценографічного та мовного компонентів конкурсної участі. Таким чином, попри значний внесок окремих дослідників у вивчення культурної репрезентації України на «Євробаченні», на сьогодні відсутнє комплексне міждисциплінарне дослідження, що поєднує аналіз інформаційного протистояння (Даниленко, 2024), медіаінтерпретацій європеїзаційних процесів (Дружинець, 2019), сценографічних та хореографічних рішень (Кириленко, 2023), музикознавчих характеристик (Колосок, 2022) та дипломатичних функцій конкурсу (Ходченко, & Коверська, 2024) у контексті еволюції виступів України на «Євробаченні» у 2003–2024 роках.

В ракурсі культурологічних та мистецтвознавчих досліджень пісенний конкурс «Євробачення» розглядається як вагомий інструмент культурної дипломатії та формування національного бренду. К. Фрікер і М. Глухович (2013) аналізують контексти пострадянських країн Східної Європи, демонструючи, що популярні музичні конкурси функціонують як платформи для візуалізації державних наративів. Водночас дослідники не звертаються до глибокого аналізу українського досвіду. Семіотичний підхід застосовує Г. М'яжевич (2012), яка досліджує структуру візуальних і вербальних кодів у виступах українських учасників, однак її робота охоплює переважно період до 2010 року та не враховує подальших трансформацій у репрезентативних стратегіях. П. Джордан (2015) зосереджується на аналізі музичних, сценографічних та костюмних рішень у виступах представників України, виокремлюючи основні репрезентативні моделі. Проте його дослідження обмежується хронологічно подіями до 2014 року. М. Павлишин (2019) розглядає динаміку змін іміджу України крізь призму трьох перемог у конкурсі, доводячи наявність кореляцій між успіхами на «Євробаченні» та конкретними політичними

подіями. Однак відсутність порівняльного аналітичного підходу знижує рівень узагальнення отриманих результатів.

Цінний музикознавчий контекст пропонує М. Соневицька (2019), яка аналізує феномен «дикої» музики в Україні. Однак у її дослідженні відсутнє комплексне розглядення сценографічного виміру й мовної політики в контексті участі країни у конкурсі. Таким чином, попри вагомість окремих наукових напрацювань, на сьогодні відсутнє системне міждисциплінарне дослідження, що інтегрувало б музикознавчий, сценографічний, лінгвістичний та політико-комунікативний аспекти еволюції українських виступів на «Євробаченні» у 2003–2024 роках. Такий підхід є необхідним для комплексного осмислення цього явища як механізму культурної самопрезентації держави в умовах сучасних викликів.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Від моменту свого дебюту у 2003 році Україна використовує пісенний конкурс «Євробачення» як ефективну платформу для презентації національної культури та конструювання ідентичності, ставши при цьому однією з найуспішніших країн-учасниць. За цей період Україна тричі здобула перемогу (2004, 2016, 2022) та регулярно посідала позиції у п'ятірці лідерів, що свідчить про поєднання популярності та вдалої стратегії культурного брендингу. Протягом понад двох десятиліть конкурсні виступи України зазнали значних трансформацій у жанровому, мовному, сценічному та смисловому вимірах, що, своєю чергою, корелює з внутрішніми соціополітичними процесами в країні (Яїр, 2019). На початковому етапі (початок 2000-х) Україна презентувала образ оптимістичного поп-артиста з елементами фольклору (зокрема, виступ Руслани 2004 року з композицією «Wild Dances»), натомість після 2014 року спостерігається помітне посилення політико-історичних мотивів, посилене використання рідної мови та більш виразне впровадження фольклорних тем у конкурсних номерах (наприклад, «1944» Джамали 2016 року, «Shum» гурту Go\_A 2021 року, «Stefania» Калуш Оркестра 2022 року). Відтак, доцільно припустити що, перемоги України в рамках конкурсу ґрунтуються на «інтеграції традиційних музичних елементів із наративами буремної історії країни», що трансформує національні дискурси

у видовищний культурний продукт. Нижче наведено аналіз основних вимірів цієї еволюції.

Музично-стилістична палітра українських конкурсних номерів є доволі різноманітною – від поп-балад і фолк-року до хіп-хопу та пародійного диско, проте сталим трендом виступає синтез сучасних поп-музичних форм із національними етнічними елементами. Зокрема, проривним став виступ Руслани 2004 року з композицією «Wild Dances», у якій поєднувалися поп-денсова музика із гуцульськими карпатськими фольклорними ритмами. Композиція розпочиналася із звучання трембіти, а сценічні костюми танцюристів із хутра та шкіри формували образ «дикої жінки». Науковці інтерпретують цей виступ як «есенціалізацію» української традиції: сценографія та хореографія прямо зверталися до карпатських обрядових практик, демонструючи унікальність та позачасовість культури. Сучасні музичні інструменти (синтезатор, електрогітара) накладалися на традиційний вокал і військові барабанні ритми, символізуючи модернізацію культурної спадщини. Виступ Руслани 2004 року вважається вдалим прикладом «симуляції» традиції для міжнародної аудиторії (Fenn, Suleman, Efstathiou, & Johnson, 2006). У наступні роки стиль України змістився в бік більш комерційного, англomовного попу. Так, у 2005 році гурт Гринджоли представив хіп-хоп-спрямований протестний гімн «Разом нас багато», пов'язаний із політичними подіями Помаранчевої революції. До кінця 2000-х років (виступи Ані Лорак з «Shady Lady» 2008 року, Альоші з «Sweet People» 2010 року тощо) Україна традиційно надсилала добре продумані англomовні поп-композиції з мінімальним етнічним забарвленням. Винятком стали виступ Верки Сердючки 2007 року з диско-китчем (без виразних українських культурних маркерів, проте з іронічною грою на східно-західних образах) та пісня Гайтани «Be My Guest» (2012), яка тонко віддзеркалювала її афро-українське походження через реггі-поп стиль (Дружинець, 2019).

У 2010-х роках спостерігалось відновлення тенденції до етнічного ф'южну. Пісня Джамали «1944» (2015) являла собою драматичну етно-балладу, виконану частково кримськотатарською мовою, з використанням модальних мелодій та східних інструментів. Текст пісні нагадує про сталінські депортації кримських

татар, що набуло особливого резонансу на тлі анексії Криму Росією у 2014 році. За словами самої виконавиці, композиція була створена у «стані безпорадності» після втрати сімейної землі. Традиційна гармонія, близька до стилю Сібеліуса, і кримськотатарський мелос ілюструють, як українські конкурсні номери почали використовувати фольклор як засіб передачі глибокої пам'яті та політичного підтексту (Jordan, 2015). У 2020-х роках українські номери на «Євробаченні» дедалі частіше класифікують як «електро-фолк» або «реп-фолк». Пісня гурту Go\_A «Shum» (2021) є техно-треком українською мовою, що базується на стародавній веснянці. Вона поєднує трансів біти та синтезатори з фольклорними текстами і гіпнотичним приспівом. За оцінками аналітиків, «Shum» стала «інтенсивним і захопливим техно-гімном українською мовою», який значною мірою спирається на «давні українські фольклорні традиції». Аналогічно, пісня «Stefania» Калущ Оркестра (2022) поєднує реп-куплети з традиційними народними хорами та звучанням сопілки. Соліст вклонився матері в народному вбранні, а на сцені виступали брейк-дансери у вишиванках та народні музиканти. Цей номер є явною даниною поваги українським жінкам і матерям, вираженою через синтез хіп-хопу та фольклорних інструментів – це був перший у «Євробаченні» реп-номер і перша пісня-переможець, виконана повністю українською мовою.

Станом на 2023 рік Україна презентувала гібридні стилі, які акцентували також на мультикультуралізмі. Пісня гурту Tvorchi «Heart of Steel» (2023), створена у співпраці нігерійсько-українського та українського музикантів, виконувалася двома мовами. Композиція поєднувала електронні танцювальні ритми з епізодичним використанням бандури — традиційного українського струнного інструменту. Костюми солістів були синтезом сучасного стрітвеару та елементів народної вишивки, що символізувало поєднання глобальних і локальних культурних впливів. Як повідомляє NPR, учасники гурту підкреслюють, що репрезентують сучасну, «інклюзивну» українську ідентичність, аргументуючи, що «не обов'язково бути білим та православним», аби повноцінно ідентифікуватися як українець. Таким чином, музично Україна пройшла шлях від

«євро-англомовного» попу до творів, які акцентують на національному фольклорі (у звуковому плані або інструментарії) та дедалі активніше впроваджують українську мову й різноманітні культурні впливи (Ходченко, Коверська, 2024).

Сценографічні рішення українських учасників традиційно вирізняються театральністю, часто використовуючи народні костюми, національні символи та видовищні ефекти. Виконання Руслани у 2004 році (див. ілюстрацію) стало знаковим: артистка була вбрана у шаль із тваринного хутра та металеві браслети, танцювала на платформах із вогнем, втілюючи «дикий» енергетичний образ. Це виступ стало еталоном масштабного шоу. Аналогічно, виступ Верки Сердючки у 2007 році характеризувався гротескними костюмами (зірка з фольги, персонаж драг-квін) та вибуховою хореографією, що домінувала на сцені, хоч і не демонструвала безпосередньо українську культуру (Мяжевич, 2012). Протягом років українські колективи послідовно використовували візуальні мотиви, запозичені з фольклору або національної символіки. Зокрема, у 2021 році Go\_A перетворили арену на містичний ліс. Музиканти виступали на світловій шестикутній платформі з електрично-блакитним контуром, оточеній полем розсипаних пелюсток. Великі LED-панелі демонстрували завихрені листя та символ, схожий на палаюче сонце, підсилюючи тематику пісні – відродження (див. нижче). Освітлення та цифрові декорації створювали «епічну», трансоподібну атмосферу, що відповідала жанру фолк-рейву. Цей високотехнологічний фольклорний образ сприяв успіху «Shum» як запам'ятовуваного сценічного номера. Сценографія Go\_A у 2021 році відзначалася піднятою підсвіченою платформою та динамічними LED-візуалізаціями (зображення сонця і лісу), що органічно поєднували традиційні мотиви з сучасним видовищем (Даниленко, 2024).

На відміну від цього, у 2022 році Kalush Orchestra обрали шлях фольклорної автентичності. Під час виконання «Stefania» танцюристи демонстрували акробатичний брейк-данс та елементи гопаку на сцені. Фон прикрашали графіті з українськими гаслами та образами, пов'язаними з Днем матері, що пов'язувало воєнний патріотизм із традиційною культурою. У інтерв'ю музиканти зазначали, що представлені сценічні костюми і музика покликані

«здивувати Європу» справжньою українською культурою. Дует TVORCHI у 2023 році також використав сміливі візуальні рішення. Вони відобразили кольори українського прапора (синій і жовтий) у світлових ефектах і на LED-кубах, а чорні костюми артистів з золотими акцентами виглядали стримано і сучасно, символізуючи стійкість. Як зазначив один із учасників, представлена на Євробаченні композиція – це пісня «про сильних людей, які зберігають позитивне ставлення у складних обставинах». Ці приклади ілюструють, що українські делегації часто створюють масштабні шоу, які поєднують елементи фольклору (костюми, символіка, танці) з інноваційними технологічними ефектами. Як зазначається у звітах, «всі українські переможці... інтегрували традиційні музичні елементи... залишаючись водночас актуальними», використовуючи «епічні сценічні виступи» для просування національної ідентичності.

Таким чином, мова стала ключовим індикатором ідентичності. У перше десятиліття участі Україна здебільшого виконувала пісні англійською мовою, що є поширеною практикою на Євробаченні для максимального охоплення європейської аудиторії. Дебютна пісня «Hasta la Vista» (2003) була повністю англійською (з іспанським висловом), а у 2004 році «Wild Dances» поєднувала англійську та українську мови. Пісня «Razom nas bahato» (2005) містила українські та англійські тексти і була революційним гімном. Однак у період із 2006 до 2014 майже всі українські пісні виконувалися виключно англійською (наприклад, «Shady Lady» 2008 року, «Gravity» 2013 року). Помітний зсув відбувся після 2014 року. Пісня Джамали «1944» (2015) стала першою в історії участю мовою кримських татар на Євробаченні. У 2021 та 2022 роках Україна надіслала композиції, виконані повністю українською мовою. Пісня «Shum» гурту Go\_A не містила англійських слів – вона була цілком заснована на українському фольклорному тексті, а «Stefania» Kalush Orchestra також виконувалася українською (за винятком одного слова в репі). Цей вибір був усвідомленим. Аналітики зазначають, що пізніші виступи України стали платформою для популяризації української мови і фольклору: наприклад, Atlantic Council відзначає, що композиція Go\_A була «українськомовним

техно-гімном», який ознайомив світову аудиторію з «унікальним українським звуком». Внутрішній дискурс чітко пов'язує використання мови з патріотизмом. Співачка Тіна Кароль (Євробачення 2006) зауважила, що після повномасштабного російського вторгнення «всі більше пишаються тим, що вони українці, і всі переходять на українську мову та народні мелодії». Вона прогнозує, що в майбутньому «в нашій країні будуть лише українські пісні» (без російської музики), що свідчить про націоналістичний поворот. Цю думку підтримують спостерігачі, які відзначають, що пісні України 2021 та 2022 років – обидві україномовні – стали вірусними в Європі і навіть потрапили до світових чартів як перші повністю українські композиції, яким це вдалося (Колосок, 2022).

Ще одним важливим аспектом розвитку стала демонстрація мультикультурності України. Учасники дуету TVORCHI (Андрій Гуцуляк та Джеффри Кенні), які представляли країну у 2023 році, вирізнялися змішаним етнічним походженням. Вони свідомо формували образ інклюзивної ідентичності: Гуцуляк підкреслює, що учасники гурту називають себе «хлопцями з Тернополя», ніби натякаючи, що для того, щоб бути українцем, необов'язково бути білим чи православним християнином. Двомовний виступ (англійською та українською мовами) і жести єдності на сцені мали на меті популяризувати «інклюзивну українську ідентичність». Таким чином вибір мови та самоідентифікація виконавців стали інструментами сигналізації про розширення культурної ідентичності України за межі традиційних слов'янських стереотипів (Кириленко, 2023).

Хоча офіційні правила Євробачення забороняють прямий політичний зміст, українські виступи часто містять чіткий підтекст. Вже з перших років участі внутрішні події знаходили відображення у тематиці пісень. Пісня «Разом нас багато» (2005) фактично була гімном Помаранчевої революції («Разом нас багато, нас не подолати»), через що організатори Євробачення визнали її надто політичною і вимагали внести зміни. Проте на практиці вона залишалася тонко завуальованою протестною піснею. Аналогічно, композиція Джамали «1944» (2016) номінально присвячена депортації кримських татар за часів соціалістичного реалізму та ських репресій,

однак, виконавиця та експерти розуміли її як алегорію сучасної російської агресії в Криму. Війна 2022–2023 років посилила цю тенденцію. Пісня України на Євробаченні 2023 року «Heart of Steel» була буквально написана під час облоги Маріуполя. Гурт пояснював, що композиція є вшануванням стійкості українських воїнів, що опинилися в азовстальському металургійному комбінаті. Живі виступи (в Україні) містили явні згадки про військове вторгнення. Хоча подібна прямолінійна риторика на сцені Євробачення заборонена, походження пісні та її меседж про силу в умовах випробувань мають потужний емоційний резонанс. В інтерв'ю учасники гурту зазначають, що війна «постійно присутня в думках» під час виконань (Соневицький, 2019).

Виступ дуету Alyona Alyona та Jerry Neil із композицією *Teresa & Maria* на пісенному конкурсі «Євробачення» 2024 року становить приклад складної культурної артикуляції, що поєднує елементи національної ідентичності з універсалістськими гуманістичними наративами в умовах глобалізованого медіапростору. Музичний твір репрезентує синтез сучасної поп-музики, репу та фольклорно-культурних алюзій, що дозволяє формувати жанрово гібридний продукт із високим комунікативним потенціалом як для внутрішньої, так і зовнішньої аудиторій. Семантичне ядро композиції вибудоване навколо символічних жіночих архетипів – образів Діви Марії та Матері Терези. Ці фігури функціонують як культурні метафори самопожертви, духовної стійкості та соціального служіння. Їхня інтеграція у художній простір виступу активує декілька рівнів культурного кодування: з одного боку, відбувається апеляція до християнської традиції, що історично закорінена в українському суспільстві; з іншого – здійснюється універсалізація меседжу через звернення до загальнолюдських етичних орієнтирів, релевантних у транскультурному контексті. У цілому, виступ із композицією *Teresa & Maria* може бути інтерпретований як інструмент публічної культурної дипломатії, що реалізує інноваційний підхід до репрезентації національного наративу через поєднання традиційних смислових маркерів та сучасних форм медіавираження. У цьому контексті пісня виконує функцію символічного ресурсу, спрямованого на конструювання

позитивного іміджу України у міжнародному культурному полі та посилення її суб'єктності в умовах воєнної кризи.

Відтак, внутрішньополітичний контекст надає результатам конкурсу додаткового символічного значення. Перемоги або високі місця України на Євробаченні інтерпретуються як чинники підвищення національного морального духу та консолідації суспільства. Зокрема, Тіна Кароль відзначала, що успіхи на цьому музичному форумі набули символічного статусу, підкреслюючи, що «всі перемоги вселяють надію на здобуття перемоги у війні», що свідчить про квазіпатріотичний характер сприйняття результатів конкурсу (Даниленко, 2024). У медійному дискурсі виступи України системно репрезентуються як прояви культурної дипломатії. Згідно з результатами низки досліджень, цілі України у сфері м'якої сили виявляються через виразну «оригінальність та естетичну виразність» конкурсних номерів, які протиставляють негативним стереотипам, поширеним за кордоном. Водночас, низка науковців наголошує, що Євробачення стало платформою, на якій відбувається актуалізація «політики протесту» в контексті процесів пострадянського національного конструювання. У цьому сенсі використання українськими представниками народних мотивів, мовних стратегій і культурного плюралізму на конкурсі можна розглядати як цілеспрямовану стратегію національного брендингу, що транслює образ сучасної України як держави, яка цінує національну спадщину, демонструє стійкість у складних обставинах та утверджує єдність у різноманітності.

Нижче наведено узагальнену таблицю ключових конкурсних номерів України на Євробаченні, що ілюструє основні тенденції трансформації стратегій культурної самопрезентації в рамках міжнародного музичного конкурсу. Таблиця відображає хронологічну динаміку змін у мовній, жанровій та стилістичній парадигмах, а також особливості сценографічного вирішення, яке інтегрує традиційні національні символи з інноваційними мистецькими практиками. Представлений матеріал демонструє, як українські делегації використовують платформу Євробачення для конструювання та комунікації національної ідентичності, що корелює із соціокультурними та політико-історичними трансформаціями вітчизняного суспільства.

**Ключові конкурсні номери України на Євробаченні:  
еволюція стратегій культурної самопрезентації**

Рік	Артист та пісня	Мова(и)	Жанр/Стиль	Результат	Культурні особливості
2004	Ruslana – Wild Dances	Англійська, українська	Поп-денс із гуцульськими фольклорними елементами	1 місце	Гуцульські костюми, трембіта, поєднання сучасної хореографії з традиційними ритуалами
2005	Гринджоли “Разом нас багато”	Українська, англійська	Хіп-хоп, протестний гімн	19 місце	Гімн Помаранчевої революції, тексти з політичним підтекстом
2016	Jamala – 1944	Англійська, кримськотатарська	Етно-балада	1 місце	Історична тема депортації кримських татар, політичний підтекст щодо анексії Криму
2021	Go_A – Shum	Українська	Електро-фольк/транс	5 місце	Електронна інтерпретація весняної української народної пісні, сценографія з неонову платформу та лісову символікою
2022	Kalush Orchestra – Stefania	Українська	Фольк-реп	1 місце	Перший переможець у жанрі реп та пісня повністю українською; поєднання хіп-хопу з народними інструментами; вшанування матерів
2023	TVORCHI – Heart of Steel	Англійська, українська	Електро-поп/поп-балада	6 місце	Білінгвальна пісня про стійкість у воєнний час, інклюзивність (учасник із Нігерії); сценічні образи у національних кольорах
2024	Alyona Alyona, Jerry Heil – “Teresa & Maria”	Англійська, українська	Етно-поп з елементами репу	3 місце	Посил жіночої сили та енергетики, що особливо актуалізується в умовах війни.

**Висновки.** Отже, упродовж досліджуваного періоду простежується чітка трансформація мовної стратегії українських заявок на конкурсі «Євробачення» – від переважно англійськомовних композицій до зростаючого використання української та інших автохтонних мов. Починаючи з 2014 року, цей зсув відображає усвідомлену орієнтацію на підкреслення культурної самобутності в межах міжнародного публічного простору. Такий підхід є складовою ширшої комунікативної стратегії, що спрямована на репрезентацію України як держави з виразною культурною ідентичністю та здатністю до інтерпретації локального досвіду у глобальному контексті. Загальна еволюція української участі у «Євробаченні» засвідчує поступовий перехід від жанрово нейтрального поп-репертуару до інкорпорації елементів традиційної музичної спадщини, які поєднуються з сучасними стилістичними формами, такими як електроніка, хіп-хоп та поп. Сценічні постановки дедалі частіше базуються на візуальних образах, запозичених з фольклору, національної символіки та історичної пам’яті, що дозволяє здійснювати символічну

презентацію національного нарративу в умовах транснаціонального медіапростору.

Особливу увагу слід звернути на послідовне зростання ролі української мови у конкурсних виступах після 2014 року. Використання української мови, як і активне залучення музичних інструментів, мелодики та візуальних кодів, пов’язаних із народною культурою, функціонує як інструмент культурної артикуляції та засіб публічної дипломатії. В умовах триваючих геополітичних викликів ці елементи набувають символічного навантаження, репрезентуючи на міжнародній арені образ України як політично суб’єктної, культурно автономної та стійкої нації. Таким чином, конкурс «Євробачення» постає не лише як музичне змагання, а як важлива платформа для проектування національної ідентичності. Українські заявки функціонують як складові ширшої стратегії культурної дипломатії, що передбачає створення візуалізованого і звучного нарративу про модерну Україну – нарративу, який поєднує спадкоємність традицій, інноваційність культурного виробництва та політичну релевантність у межах європейського контексту.

Наукова новизна дослідження полягає у здійсненні комплексного аналізу стратегій культурної самопрезентації України на «Євробаченні» в межах культурологічного та мистецтвознавчого підходів за період 2003–2024 років. Незважаючи на зростання значущості конкурсу як засобу культурної дипломатії й репрезентації на міжнародній арені, досі бракує системних міждисциплінарних досліджень, які б поєднували естетичний, музикознавчий, сценографічний і політико-комунікативний аналіз у динаміці розвитку українських виступів.

**Перспективи подальших досліджень** полягають у розробці комплексного міждисциплінарного підходу до аналізу культурної самопрезентації на міжнародних медіаплатформах, зокрема, через поєднання музикознавчих, лінгвістичних, сценографічних і політико-комунікативних аспектів. Доцільним є також порівняльний аналіз участі України з досвідом інших пострадянських країн, а також вивчення впливу конкурсних виступів на формування зовнішньополітичного іміджу держави та внутрішньої культурної ідентичності в умовах воєнного конфлікту.

### Список використаних джерел:

- Даниленко, В. (2024). Інформаційні музичні війни Росії з Україною. In *The 10 th International scientific and practical conference "Topical aspects of modern scientific research" (June 13-15, 2024) CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. 2024. 602 p.* (p. 469).
- Дружинець, М. (2019). Пісенний конкурс Євробачення та вокальні телевізійні талант-шоу як фактор європеїзації та євроінтеграції української культури. *Мистецтвознавчі записки*, (35), 280–287.
- Ходченко, О., & Коверська, Є. (2024). Конкурс «Євробачення» як інструмент культурної дипломатії. *Problems of World History*, (25), 176–190.
- Колосок, В. (2022). Аналіз характерних особливостей сучасних українських естрадних хітів на прикладі творів-переможців міжнародного пісенного конкурсу «Євробачення» 2004, 2016, 2022 років. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, (3), 233–239.
- Кириленко, Я. (2023). Українські переможці «Євробачення»: сценічно-виконавська репрезентація. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends*, 300–302.
- BBC. (2022, May 15). *Eurovision 2022: Ukraine wins with Kalush Orchestra's Stefania*. URL: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61455674> (дата звернення: 27.09.2025)
- DW News. (2016, May 15). *Jamala's '1944': Ukraine wins Eurovision with politically charged song*. URL: <https://www.dw.com/en/ukraine-wins-eurovision-2016/a-19261170> (дата звернення: 20.09.2025)
- European Broadcasting Union. (2004–2023). *Eurovision Song Contest results archive*. URL: <https://eurovision.tv> (дата звернення: 07.09.2025)
- Fenn, D., Suleman, O., Efstathiou, J., & Johnson, N. F. (2006). How does Europe make its mind up? Connections, cliques, and compatibility between countries in the Eurovision Song Contest. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 360(2), 576–598. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2005.08.061> (дата звернення: 17.09.2025)
- Jordan, P. (2011). *The Eurovision Song Contest: Nation branding and nation building in Estonia and Ukraine* [Doctoral dissertation, University of Glasgow].
- Jordan, P. (2015). From Ruslana to Gaitana: Performing “Ukrainianness” in the Eurovision Song Contest. *Contemporary Southeastern Europe*, 2(1), 110–135. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2564013> (дата звернення: 07.09.2025)
- Miazhevich, G. (2012). Ukrainian nation branding and the Eurovision Song Contest: The semiotics of a nation's identity. *Europe-Asia Studies*, 64(8), 1457–1474. <https://doi.org/10.1080/09668136.2012.712263> (дата звернення: 07.09.2025)
- Pavlyshyn, M. (2019). Ruslana, Serdutchka, Jamala: National self-imaging in Ukraine's Eurovision entries. In J. Kalman & P. Jordan (Eds.), *Eurovisions: Identity and the international politics of the Eurovision Song Contest since 1956* (pp. 125–141).
- Sonevytsky, M. (2019). *Wild music: Sound and sovereignty in Ukraine*. Wesleyan University Press.
- The Guardian. (2023, May 14). *Ukraine's TVORCHI deliver Eurovision message of unity amid war*. URL: <https://www.theguardian.com> (дата звернення: 01.10.2025)
- Yair, G. (2019). Douze point: Eurovisions and Euro-Divisions in the Eurovision Song Contest – Review of two decades of research. *European Journal of Cultural Studies*, 22(5–6), 1013–1029.

### References:

- Danylenko, V. (2024, June). Informatsiini muzychni viiny Rosii z Ukrainoiu [Russia's informational music wars with Ukraine]. In *The 10th International Scientific and Practical Conference "Topical Aspects of Modern Scientific Research" (June 13–15, 2024)* (p. 469). CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. [in Ukrainian].

Druzhynets, M. (2019). Pisenyi konkurs Yevrobachennia ta vokalni telebachni talant-shou yak faktor yevropeizatsii ta yevrointehratsii ukrainskoi kultury [Eurovision Song Contest and vocal television talent shows as a factor in the Europeanization and European integration of Ukrainian culture]. *Mystetstvoznavchi zapysky*, (35), 280–287. [in Ukrainian].

Khodchenko, O., & Kovarska, Ye. (2024). Konkurs “Yevrobachennia” yak instrument kulturnoi dyplomatii [Eurovision Song Contest as a tool of cultural diplomacy]. *Problems of World History*, (25), 176–190. [in Ukrainian].

Kolosok, V. (2022). Analiz kharakternykh osoblyvosti suchasnykh ukrainskykh estradnykh khitiv na prykladi tvoriv-peremozhtsiv mizhnarodnoho pisennoho konkursu “Yevrobachennia” 2004, 2016, 2022 rokiv [Analysis of the characteristic features of modern Ukrainian pop hits using the example of the winning compositions of the international song contest «Eurovision» in 2004, 2016, 2022]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, (3), 233–239. [in Ukrainian].

Kyrylenko, Ya. O. (2023). Ukrainski peremozhtsi “Yevrobachennia”: stsenichno-vykonavska reprezentatsiia [Ukrainian Eurovision winners: stage and performance representation]. *Theoretical and Empirical Scientific Research: Concept and Trends*, 300–302. [in Ukrainian].

BBC. (2022, May 15). *Eurovision 2022: Ukraine wins with Kalush Orchestra’s Stefania*. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61455674> [in English].

DW News. (2016, May 15). *Jamala’s ‘1944’: Ukraine wins Eurovision with politically charged song*. Retrieved from: <https://www.dw.com/en/ukraine-wins-eurovision-2016/a-19261170> [in English].

European Broadcasting Union. (2004–2023). *Eurovision Song Contest results archive*. Retrieved from: <https://eurovision.tv> [in English].

Fenn, D., Suleman, O., Efstathiou, J., & Johnson, N. F. (2006). How does Europe make its mind up? Connections, cliques, and compatibility between countries in the Eurovision Song Contest. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 360(2), 576–598. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2005.08.061> [in English].

Jordan, P. (2011). *The Eurovision Song Contest: Nation branding and nation building in Estonia and Ukraine* [Doctoral dissertation, University of Glasgow]. [in English].

Jordan, P. (2015). From Ruslana to Gaitana: Performing “Ukrainianness” in the Eurovision Song Contest. *Contemporary Southeastern Europe*, 2(1), 110–135. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2564013> [in English].

Miazhevich, G. (2012). Ukrainian nation branding and the Eurovision Song Contest: The semiotics of a nation’s identity. *Europe-Asia Studies*, 64(8), 1457–1474. <https://doi.org/10.1080/09668136.2012.712263> [in English].

Pavlyshyn, M. (2019). Ruslana, Serdushka, Jamala: National self-imaging in Ukraine’s Eurovision entries. In J. Kalman & P. Jordan (Eds.), *Eurovisions: Identity and the international politics of the Eurovision Song Contest since 1956* (pp. 125–141). Springer. [in English].

Sonevytsky, M. (2019). *Wild music: Sound and sovereignty in Ukraine*. Wesleyan University Press. [in English].

The Guardian. (2023, May 14). *Ukraine’s TVORCHI deliver Eurovision message of unity amid war*. Retrieved from: <https://www.theguardian.com> [in English].

Yair, G. (2019). Douze point: Eurovisions and Euro-Divisions in the Eurovision Song Contest – Review of two decades of research. *European Journal of Cultural Studies*, 22(5–6), 1013–1029. [in English].

Дата надходження статті: 30.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 26.12.2025