Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U002808

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 09-07-2025

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ КНУКіМ № 39-а від 29.09.2025 року

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Решетнік Григорій Іванович
2. Hryhoriy Reshetnik

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 034

Назва наукової спеціальності: Культурологія

Галузь / галузі знань: гуманітарні науки

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Культурологія

Дата захисту: 11-09-2025

Спеціальність за освітою: Кіно-телемистецтво

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 10369

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214159

Місцезнаходження: вул. Євгена Коновальця, буд. 36, Київ, 01601, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214159

Місцезнаходження: вул. Євгена Коновальця, буд. 36, Київ, 01601, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 18.67.28, 18.07.21

Тема дисертації:

1. Реаліті-шоу «Холостяк» як феномен аудіовізуальної культури

2. Reality show “The Bachelor” as a phenomenon of audiovisual culture

Реферат/анотація:

1. Наголошено, що позиціонування реаліті-шоу в телевізійному та культурному просторі України відбувалося через зовнішні запозичення західних ідей і форматів з російського телебачення. З допомогою феміністичного дискурсу цю ситуацію можна описати терміном «подвійна колонізація», коли український соціокультурний і телевізійний простір зазнав подвійної культурної колонізації з боку як західного глобалізму та транснаціоналізму (на рівні форматів і жанрів), так і російської культури через мовну експансію. Підтверджено, що «Холостяк» залишається однією з успішніших і найпопулярніших адаптацій на українському телебаченні. Однією з причин такої популярності є намагання максимально розкрити образи учасниць, де кожна на рівні поведінки втілює певний архетип, який глядачі легко «зчитують» за характерними гіперболізованими рисами, щоб можна було відрізнити дівчат і швидше обрати фаворитку як маркер емоційної прив’язки до шоу, яка посилюється завдяки емоційному напруженню (важливу роль тут відіграє і постшоу, в якому обговорюються мікроклімат на шоу та конфлікти поза кадром). Конфлікт тут є інструментом або ж карикатурним підкресленням «антисоціальності» й «антижіночності» героїнь,

розкриттям жіночої підступності та лицемірства як способу досягнення мети. Доведено, що в «Холостяку» кохання представлено як емоційний капітал, який підтверджується через матеріальні ресурси, що корелюються з комерційною культурою сучасного українського середнього класу. Власне, тому проєкт постає яскравим прикладом гібридної культури, що поєднує в собі прагнення до автентичності почуттів і спокуси ринкової естетики кохання. У цій гібридності поєднуються два вектори: з одного боку, намагання учасників і продюсерів апелювати до уявлення про справжнє кохання як унікальну та непідробну емоцію, а з іншого – комерційна логіка, яка перетворює романтичні стосунки на споживчий продукт, ретельно продуманий і візуально привабливий. Обґрунтовано, що повномасштабне російське вторгнення у 2022 р. змінило творчі підходи та наративні стратегії у межах української адаптації, яка почала відігравати важливу роль у формуванні суспільної свідомості у складні часи. Інклюзивність, репрезентація ветеранів і фокус на реальні історії зробили шоу актуальним і значущим для українського суспільства. Війна змінила візуально-просторову організацію проєкту: зйомки стали локальнішими, зменшилася частка гламуру, натомість зросла роль символічно навантажених локацій, які репрезентують українську ідентичність. У центрі наративу опинилися теми втрати, служби, солідарності та адаптації, що надало шоу ознак соціальної рефлексії, пожвавило конвергенцію особистого та політичного. Романтична лінія наративу набула нових сенсів, перетворившись на втілення надії, стабільності та морально-ціннісного опору. Те саме стосується і емоцій: щирість, яка в попередніх сезонах була сценарно змодельованою, в умовах війни почала сприйматися як маркер автентичності. Доведено, що інтенсивніше відтворюються традиційні архетипи, а романтичні наративи репрезентуються як засіб мобілізації національної уяви та символічна відповідь на екзистенційну небезпеку. Ключові слова: аудіовізуальна культура, реаліті-шоу, телебачення, «Холостяк», «Холостячка», культурна адаптація, наративні стратегії, кохання, постмодернізм, метамодерн, «нація холостяків».

2. It is found that the cultural adaptation of The Bachelor is accompanied by a complex interaction between the global format and local cultural narratives. Each national version of the project transmits unique ideas about romantic relationships, gender roles, social expectations and media aesthetics. Its analysis allows us to understand the functioning of the global creative industry and the processes of localization of media formats, in which culture appears at the same time as a resource, constraint and game, and also covers the issues of gender dynamics, the unification of the body, romantic ideology and the interaction of the viewer with a simulated reality. In the Western (American) context, it is an example of the media representation of racial and gender hierarchy, where the concept of “white skin” is reproduced as a norm, while national identity is used as a meta-narrative of universality and inclusivity, but in fact refers to a certain type of identity that is ethnically limited. As a result, The Bachelor promotes the illusion of “free choice”, but in reality imposes a social scenario of romantic behavior in which race, class, and gender are rigidly structured; it stands as a landmark example of a media product formed at the intersection of hyperreality, romantic rhetoric, and affective economy. It is confirmed that The Bachelor as a global cultural product and television format functions largely as a simulacrum of romance, influencing real value orientations, the institution of the family, modifying cultural norms of relationships, and also consolidating a commodified version of love in the conditions of late capitalism. It is emphasized that the positioning of reality shows in the television and cultural space of Ukraine occurred through external borrowings of Western ideas and formats from Russian television. Using feminist discourse, this situation can be described as “double colonization”, when the Ukrainian socio-cultural and television space has undergone a double cultural colonization by both Western globalism and transnationalism (at the level of formats and genres) and Russian culture through linguistic expansion. It has been confirmed that “The Bachelor” remains one of the most successful and popular adaptations on Ukrainian television. One of the reasons for such popularity is the attempt to maximally reveal the images of the participants, where each at the behavioral level embodies a certain archetype, which viewers can easily “read” by characteristic hyperbolized features, so that they can distinguish the girls and more quickly choose the favorite as a marker of emotional attachment to the show, which is enhanced by emotional tension (the post-show also plays an important role here, in which the microclimate on the show and conflicts off-screen are discussed). The conflict here is a tool or a caricatured emphasis on the “anti-sociality” and “anti-feminine” nature of the heroines, the disclosure of female cunning and hypocrisy as a way to achieve the goal. It is proven that in “The Bachelor” love is

presented as emotional capital, which is confirmed through material resources that correlate with the commercial culture of the modern Ukrainian middle class. Actually, that is why the project appears as a vivid example of a hybrid culture that combines the desire for authenticity of feelings and the temptation of the market aesthetics of love. This hybridity combines two vectors: on the one hand, the attempts of participants and producers to appeal to the idea of true love as a unique and genuine emotion, and on the other, the commercial logic that turns romantic relationships into a consumer product, carefully thought out and visually attractive. The themes of loss, service, solidarity, and adaptation were at the center of the narrative, which gave the show signs of social reflection, enlivened the convergence of the personal and the political. The romantic line of the narrative acquired new meanings, turning into the embodiment of hope, stability, and moral and value resistance. The same applies to emotions: sincerity, which in previous seasons was scripted, began to be perceived as a marker of authenticity in the conditions of war. It is proven that traditional archetypes are reproduced more intensively, and romantic narratives are represented as a means of mobilizing the national imagination and a symbol

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Решетнік Г. І. Перформативний простір, гетеросексуальність і емоційна економіка в реаліті-шоу «Холостяк» та «Холостячка». Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2024. Вип. 49. С. 486–491. DOI: https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi49.901
- Решетнік Г. І. Реаліті-шоу в контексті «постдокументальної» культури: критика текстуального підходу. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2024. № 3. С. 64–70. DOI: https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2024.313271
- Решетнік Г. І. Реаліті-шоу та культурне виробництво: національна адаптація транснаціонального формату. Питання культурології. 2024. Вип. 44. С. 133–144. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318732
- Решетнік Г. І. Реаліті-шоу «Холостяк» і «Холостячка»: критичний дискурс та аксіологічний аспект. Актуальні проблеми сучасності. Молодіжна наука КНУКіМ – 2024 : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 08–09 листоп. 2024 р. Київ, 2024. С. 80–83.
- Решетнік Г. І. Дейтинг-шоу «Холостяк» і проблема сексизму: думки експертів і культурологічні рефлексії. Мистецтвознавство. Соціальні комунікації. Медіапедагогіка : Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 17 груд. 2024 р. Київ, 2024. Ч. 3. С. 95–100.
- Решетнік Г. І. Дейтинг-шоу «Холостяк» як жанроформа в сучасній аудіовізуальній культурі. Synergy of Science, Technology, and Innovation : Proceedings of the International Scientific Conference, Amsterdam, May 6, 2025. Amsterdam, 2025. P. 73–76.
- Решетнік Г. І. Наратив і розуміння аудиторії в рамках реаліті-шоу «Холостяк». Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences : Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference, Cambridge, May 9, 2025. Cambridge ; Vinnytsia, 2025. P. 618–620.
- Решетнік Г. І. Нація холостяків і «нова» щирість: деякі аспекти культурологічного дослідження реаліті-шоу «Холостяк». Актуальні питання розвитку галузей науки : матеріали V Міжнар. наук. конф., м. Житомир, 9 трав. 2025 р. Вінниця, 2025. С. 345–348.

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Планується до впровадження

Зв'язок з науковими темами: 0124U003133

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гончарук Сергій Миколайович

2. Serhiy Honcharuk

Кваліфікація: к. пед. н., доцент, 26.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214159

Місцезнаходження: вул. Євгена Коновальця, буд. 36, Київ, 01601, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Станіславська Катерина Ігорівна

2. Kateryna Stanislavska

Кваліфікація: д.мист., професор, 26.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-9026-6085

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого

Код за ЄДРПОУ: 02214171

Місцезнаходження: вул. Ярославів Вал, 40, Київ, 01034, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство культури України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Безручко Олександр Вікторович

2. Oleksandr Bezruchko

Кваліфікація: д. мист., професор, 26.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Приватний вищий навчальний заклад "Київський університет культури"

Код за ЄДРПОУ: 31028309

Місцезнаходження: вул. Чигоріна, буд. 20, Київ, 01042, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гавран Ірина Анатоліївна

2. Iryna Gavran

Кваліфікація: к. пед. н., доцент, 13.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214159

Місцезнаходження: вул. Євгена Коновальця, буд. 36, Київ, 01601, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Медведєва Алла Олександрівна

2. Alla Medvedieva

Кваліфікація: к. мист., професор, 26.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214159

Місцезнаходження: вул. Євгена Коновальця, буд. 36, Київ, 01601, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Чміль Ганна Павлівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Чміль Ганна Павлівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Крилова О.С.
Реєстратор	УкрІНТЕІ
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна

