



ЦЕНТР СУСПІЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ

Кафедра менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
ГО «Центр суспільних інновацій»

*Збірник матеріалів
X Міжнародної науково-практичної
конференції*

Соціокультурна діяльність: традиції та нові виклики

26 травня 2023 р.
м. Львів

Кафедра менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
ГО «Центр суспільних інновацій»

Збірник матеріалів
*X Міжнародної науково-
практичної конференції*

**Соціокультурна діяльність:
традиції та нові виклики**

26 травня 2023 р.
м. Львів

УДК [316.422] 37:7:65 (043.2+063)
С 70

Соціокультурна діяльність: традиції та нові виклики. Збірник матеріалів Х Міжнародної науково-практичної конференції (26 травня 2023 р., м. Львів). Львів: Растр-7. 2023. 138 с.

ISBN 978-617-8164-26-3

У збірнику представлені матеріали Х Міжнародної науково-практичної конференції «**Соціокультурна діяльність: традиції та нові виклики**», яка проходила у м. Львів 26 травня 2023 року. Збірник орієнтований на наукових і науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти та наукових установ, студентів, аспірантів, докторантів, практичних працівників і широкий читацький загал.

Наукова редакторка збірника: д.е.н., доцент Дацко О.І.
Дизайн обкладинки: Попович І.І.

Передрук чи використання будь-якої частини збірника – з обов'язковим посиланням.

Рекомендовано до друку: засіданням громадської організації «Центр суспільних інновацій» (Протокол № 01/26-07-2023 від 26 липня 2023 року).

Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за їх зміст. Тези друкуються в авторській редакції.

© ГО «Центр суспільних інновацій», 2023

© Автори доповідей, 2023

ISBN 978-617-8164-26-3

© Видавництво «Растр-7», 2023

ЗМІСТ

Бочевська П.А. Сучасні тенденції брендингу українських музеїв.....	5
Буксанчук М.В. Формування цінностей військового структурного підрозділу через айдентіку (на прикладі 47 ОМБр).....	10
Ганський В.О., Флейчук М.І. Маркетингові підходи для підвищення ефективності використання історико - культурної спадщини в сучасних умовах.....	16
Гаюк І.Я. Роль гендерних стереотипів у міжкультурній комунікації.....	23
Глушко М.І. Презентація мистецьких видань у галереї ЛНАМ 2015-2023 РР.....	33
Дацко А.Р. Конкурс стартапів Big Idea Challenge: досвід студентів Львівської національної академії мистецтв	39
Дацко О.І. Фінансування культури в умовах війни : як подолати залишковий принцип.....	42
Держипільська О.Р. Актуальність творчості Шекспіра для сучасної молоді.....	47
Довга А.В. Вплив штучного інтелекту на доброчесність у фотографії.....	51
Котишин М.Б. Роль феміністичних організацій Львова у розвитку культурних проектів.....	59
Кулешник О.І. Особливості інформаційної грамотності в медіапросторі України під час війни.....	63
Кулешник Т.Я. Підвищення екосвідомості громадян через мистецтво в умовах російсько-української війни.....	68
Майчик М.О. Фешн фотографія Річарда Аведона: образотворчі тенденції та авторська стилістика.....	71

Манагарова А.В. Фотомистецтво як засіб подолання екологічної кризи в умовах воєнних дій	74
Москальова С.М. Вплив російсько-української війни на смаки споживачів російської музики на платформі SPOTIFY	79
Нікітенко К.В. Мистецтво протесту як відзеркалення викликів бурхливого часу... ..	83
Патик Р.С., Патик О.В. Малярство Володимира Патики як джерело української ідентичності в еміграції.....	92
Петрук Н.М., Страханська А.А. Візуальна культура та війна на Сході України: взаємозв'язок та маніпуляція.....	96
Попович І.І. Метод хронографії у сюрреалістичній фотографії.....	103
Попович Я.М. Пріоритети оцифрування об'єктів культурної спадщини в Україні.....	108
Ремарчук А.О. Тенденції розвитку мережі EUROPA CINEMAS.....	111
Смакова Л.В. Грантова діяльність при мистецькому ЗВО як ефективний каталізатор змін (на прикладі ЛНАМ).....	118
Форостецький М.Я. Традиції мистецької освіти Дніпропетровського фахового мистецько-художнього коледжу культури: збереження та популяризація в умовах війни.....	122
Швирьова Ю.О. Особливості зацікавленості мистецькими виставками на воєнну тематику цивільним населенням міста Києва.....	125
Щурко І.П. Практика застосування норм міжнародного права щодо захисту культурної спадщини та культурних цінностей під час збройного конфлікту в Україні.....	130
Щурко У.В. Впровадження арт-терапевтичних підходів у вирішенні проблем кризових періодів розвитку спільнот.....	134

БОЧЕВСЬКА П.А.

студентка 3 курсу ОП «Менеджмент мистецтва», ОР «Бакалавр»,
Львівська національна академія мистецтв,
м. Львів, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БРЕНДИНГУ УКРАЇНСЬКИХ МУЗЕЇВ

На сьогодні культурні інституції, зокрема музеї, в різних країнах світу відіграють величезне значення в творенні та ідентифікації суспільства, адже саме вони транслюють надбання попередніх поколінь і підкреслюють їх значимість в сучасному світі.

Ця тенденція особливо важлива і для українських музеїв, які демонструють унікальність і особливість культури нашої країни. На жаль, з часом зацікавленість людей, зокрема молодого покоління частково знизилась, адже багато музеїв не змогли пристосуватися до сучасних тенденцій сприйняття мистецтва та інформації, а продовжують викликати певні стереотипи про застарілість і одноманітність культурних інституцій [2, с.65]. Ще однією проблемою було не до кінця розроблений механізм взаємодії між музеєм та відвідувачами, через це інтерес ймовірних відвідувачів до подій, які відбуваються в музеї або загалом до інституції швидко зникав, що призводило до низької відвідуваності закладу. Саме для цього почали проводити брендинг і більш уважно ставитись до сприйняття суспільством бренду культурної інституції, адже ці кроки допоможуть залучити нову аудиторію до музеїв, згуртувати відвідувачів за допомогою цікавих активностей, зокрема майстер-класів та лекцій, підняти їх конкурентну спроможність як на всеукраїнському так і в світовому рейтингу, залучати нових інвесторів та меценатів, організовувати нові культурно-мистецькі події, збільшити прибутковність та покращити діяльність інституцій загалом [1, с.20].

За останні роки в Україні було проведено декілька брендінгів музеїв, які стали гарним прикладом і змінили ставлення суспільства до інституцій, адже бренд почав демонструвати нові шляхи розвитку музеїв, їх готовність постійно удосконалюватися та підлаштовуватися під сучасні світові тенденції, оновлені способи демонстрації експонатів та своєї унікальної історії. Бо бренд – це,

перш за все, «обличчя» музею, яке повинно викликати позитивні емоції та працювати на розширення своєї аудиторії, через залучення нових відвідувачів. [3, с.18]

Одним з таких прикладів є Національний художній музей України у місті Київ, відомий своєю багатолітньою історією, яка почалася 1 серпня 1899 року. Проблема незацікавленості суспільства до музею, ряд певних стереотипів пов'язаних з культурними інституціями та бажання адміністрації і колективу музею привернути увагу молоді до інституції та залучити нових відвідувачів, призвело до проведення ребрендингу музею. В умовах, коли державне фінансування не передбачає надання коштів на розвиток, адміністрація музею не оголошувала відкритий тендер, а звернулося до агенції, яка мала досвід створення проєктів національного масштабу. Розробкою нового бренду музею займалася агенція Banda Agency, але важливою ознакою цього робочого процесу була постійна взаємодія з командою музею, під час якої обговорювалися нові ідеї, подальші кроки. Роботу, яка тривала півтора року креативна агенція Banda Agency виконала за символічну суму – одна тисяча гривень. Як зазначає заступниця директора НАМУ з питань розвитку, Ольга Балашова : «В якийсь момент ми зрозуміли, що робимо не просто айдентику музею, ми робимо бренд для всього українського мистецтва». [6]

Назва музею представляє собою надпис NAMU, оскільки це скорочення від напису англійською мовою, National Art Museum of Ukraine, також ще одним приводом до обрання саме такого набору літер, стало використання колективом музею скорочення НАМУ замість НХМУ, адже цей варіант більш простий і легше вимовляється. Ідея зробити з абрєвіатури назву НаМу – Національний музей, пов'язана ще з тим, що музей мав стати одним із основних трансляторів українського мистецтва в світі, а для цього мати назву, яка легко запам'ятовується.

В новій айдентиці знак NAMU є основним впізнаваним елементом, на якому акцентується увага, щоб одразу дати зрозуміти глядачеві, що це оновлений бренд музею. Розробкою персонального шрифту для музею займався дизайнер Дмитро Растворцев, який за декілька місяців роботи винайшов унікальний шрифт Національного художнього музею України – NAMU Font. Цей шрифт представлений у семи варіаціях накреслення, кожна з яких відповідає за окрему

епоху розвитку українського мистецтва та культури, починаючи з 16 століття і по сьогоднішній день. Це було зроблено для того, аби, під час проведення будь-якої події або експозиції в музеї, була можливість застосувати вид-накреслення логотипу, який відповідатиме її часу. Сьоме накреслення стало сукупністю всіх варіацій, симбіоз часів та поглядів і основа нової айдентики NAMU. Команда проекту збирала важливі символи з різноманітних художніх творів, альманахів, ікон, листів, креслень та журналів, тож кожна літера шрифту, символізує українську історію та культуру. [5]

Оновлений шрифт та логотип музею одночасно ретранслює декілька аспектів: національну ідентичність, українське мистецтво, довга історія, і звичайно сьогоднішня наша країна і культура, змінюючи ставлення людей до музеїв, роблячи Національний художній музей України цікавим, трендовим та сучасним.

Сучасний логотип NAMU став фоном для героїв з видатних експонатів музею, зокрема картин та скульптур. Висуваючи твори на передній план, дизайнери Banda Agency наче знайомили людей з героями, підкреслюючи їхню унікальність, красу, цінність та актуальність. Зміна масштабності творів, змішання героїв різноманітних картин у спільних форматах, відповідно до композиції макетів, надали можливість поглянути на українське мистецтво в новому контексті та під іншим кутом.

Нова айдентика Національного художнього музею України, яка поєднала в собі українське мистецтво та яскраві ідеї дизайну, була відтворена в різноманітній сувенірній продукції, до якої увійшли шопери, наліпки, постери, футболки, значки на одяг, також айдентика була відтворена в афішах, буклетах та квитках.

Усі ці заходи в позитивному контексті вплинули на соціальні мережі музею, наразі Facebook налічує 23 494 підписників, а Instagram 19 800 підписників, також на постійній основі, з періодичністю 2-3 дні, публікуються пости про цікаві експозиції та заходи музею, привертаючи увагу нових підписників і потенціальних відвідувачів закладу.

Сайт музею також став більш зручним та оновленим, маючи декілька розділів, завдяки яким відвідувачі сайту мають можливість легко орієнтуватися і швидко знаходити потрібну інформацію. Зображення, пов'язані з тематикою музею та графічні елементи

додають певного кольорового різноманіття сайту і поєднуються з новою айдентикою Національного художнього музею України. [4]

Ще одним прикладом вдалого брендингу культурної інституції є Національний музей Тараса Шевченка, розташований в місті Київ. Музей було відкрито у квітні 1941 року, наразі там представлена колекція, що налічує оригінали малярських робіт Тараса Шевченка, рукописні списки його поезій, рідкісні фотографії поета та його друзів, документи про його життя та творчість, речі та першодруки творів поета з його автографами.

12 грудня 2018 року відбулася презентація нового брендбуку та логотипу музею, над якими певний час працювала дизайнерка Ганна Бондаренко. Логотип є лаконічним та складається з двох літер Т і Ш, скорочено від назви інституції Національний музей імені Тараса Шевченка. В процесі створення логотипу Ганна Бондаренко використовувала ідею кришталевого штампу-печатки із зображенням монограми «Ш», тобто поєднаних ініціалів «Т» і «Ш», яку Тарас Григорович Шевченко використовував замість підпису в останні роки свого життя. Ця печатка є предметом колекції та експонується у музеї з 1960 року.

Всього було представлено вісім варіантів логотипу, серед яких було обрано варіант з поєднанням літер «Т» і «Ш», адже сама ідея полягала в тому, аби логотип був впізнаваним і його було легко відтворити в житті. До варіанту із написом кирилицею також була розроблена версія із текстом англійською мовою: «Taras Shevchenko National Museum» [7].

Синьо-блакитні відтінки логотипу були обрані, через асоціацію з із кольорами неба, моря та гір, які мають символічний зміст у творчості українського поета. Саме ці кольори були застосовані на шаблонах прес-релізів, афіш, бейджів працівників музею, а також в сувенірній продукції музею, яка представлена у вигляді канцелярських ручок, блокнотів, чашок.

Проведення ребрендингу музею відобразилося і на оновленні сайту, який також представлений в синьо-блакитній гаммі і має декілька категорій з невеликими інформаційними блоками, що сприяє легкому орієнтуванню на сторінці сайту [6].

Соціальні мережі Національного музею Тараса Шевченка, також були змінені під оновлену стилістику, що сприяло заохоченню нової аудиторії, наразі Facebook налічує 11 000 підписників,

Instagram –3 746 підписників музею. Зміна фірмового стилю і логотипу музею позитивно вплинула на його діяльність: привернула увагу молодій аудиторії, підвищила його конкурентну спроможність серед інших культурних інституцій, посприяла створенню нової серії сувенірної продукції музею та залученню нових відвідувачів до інституції.

Таким чином, нова айдентика цих інституцій позитивно вплинула на всі сфери діяльності музеїв: збільшила кількість відвідувачів, розширила асортимент музейної сувенірної продукції, поліпшила контент соціальних мереж, зокрема Facebook та Instagram, привернула увагу молодій аудиторії, підвищила конкурентну спроможність музеїв серед інших культурних інституцій України.

Список використаних джерел:

1. Чечель О.М. Особливості брендингу в діяльності підприємств сфери культури . *Економіка і менеджмент культури*. 2014. №1. С. 58-65.

2. Оленіна О.Ю. Трансформації мистецтва в комунікативній культурі соціуму [Текст] : монографія. Харк. держ. акад. культури. - Х. : 2010. 256 с.

3. Оленіна О.Ю. Рольова специфіка мистецтва у сучасному культурно-комунікативному просторі : автореф. дис. д-ра мистецтвознав. Харк. держ. акад. культури. Х., 2011. -38 с.

4. Національний художній музей України. Офіційна інтернет-сторінка. URL: <https://namu.ua/> (дата звернення: 01.05.2023).

5. Креативна агенція Banda Agency URL: <https://banda.agency/namu/> (дата звернення: 01.05.2023).

6. Національний музей Тараса Шевченка. URL: <https://museumshevchenko.org.ua/> (дата звернення 01.05.2023).

7. Новий логотип та брендбук музею Тараса Шевченка URL: <https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-news/279755-noviy-logotip-ta-brendbuk-muzeyu-tarasa-shevchenka> (дата звернення 01.05.2023).

БУКСАНЧУК М.В.

Студентка 1-го курсу ОП «Менеджмент мистецтва»
спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності», м.Львів, Україна

ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ ВІЙСЬКОВОГО СТРУКТУРНОГО ПІДРОЗДІЛУ ЧЕРЕЗ АЙДЕНТИКУ (НА ПРИКЛАДІ 47 ОМБр)

В умовах російсько-української війни формування та промоція військової айдентики набуває особливого значення. На даний час бренд сучасної української армії (Збройних сил України) стрімко розвивається та тарнсформується під запити суспільства та держави.

Нове, часто ідеологічно вмотивоване покоління командного складу дозволяє створювати якісно нові структурні підрозділи. Системний підхід до формування внутрішньої культури впливає на злагодженість та мотивацію особового складу, від чого безпосередньо залежить боєздатність.

Дане дослідження ґрунтується на аналізі взаємозв'язку внутрішньої ідеології 47-мої ОМБр «Магура» та її офіційного наукавного знаку. Цей структурний підрозділ Збройних Сил України є новоутвореним та достатньо медійним, що робить його вдалим об'єктом аналітики.

Дослідження ролі айдентики окремих військових формувань в цьому процесі має практичні наслідки, зокрема для командування військовими структурами та управління персоналом. Результати дослідження можуть служити основою для розробки програм підготовки та навчання, спрямованих на формування та утримання ціннісної орієнтації військових підрозділів. Крім того, збагачення наукового розуміння процесу формування цінностей через айдентика може сприяти вирішенню проблем, пов'язаних з побудовою ефективних командних структур, підвищенням військової дисципліни та забезпеченням взаємодії в межах військового колективу, а також комунікації з медіа та цивільними.

Мета: Обґрунтувати важливість формування айдентики окремого військового структурного підрозділу (47-мої ОМБр «Магура») як елементу ціннісної системи.

Збройні Сили України мають чітко визначену військову символіку. До неї відносять: військову емблематику (емблеми формувань, родів, служб, частин тощо), військову вексилологію (прапори, знамена, штандарти), військову фалеристику (державні військові нагороди), уніформологію, військову сфрагістику і військову геральдику.

Детально описав та дослідив з історичної точки зору військову айдентику України Віктор Карпов у своїй праці «Українська звитяга у символах». Автор дослідження комплексно опрацював архіви, дослідив роботу військового керівництва, щодо впровадження військової символіки і склав вичерпну працю. Проте його дослідження переважно ґрунтується на аналізі символіки введеної до 2014 року [1], а також не зовсім відображає соціокультурний аспект проблеми на сучасному етапі – в умовах війни.

Візуальне сприйняття армії є одним із чинників, які формують її імідж. А імідж силових структур відіграє важливу роль у розвитку стратегічних комунікацій країни [2].

22 лютого 2023 року Головнокомандувачем ЗСУ Валерієм Залужним було затверджено Комунікаційну стратегію Збройних Сил України на 2023 рік, яка включає чітко визначений графічний стиль з переліком обов’язкових для використання шрифтів, кольорів, макетів . Зокрема шрифти представлені на рис. 1.

Ш Шрифти Збройних Сил України

UAF Sans

АБВГГДДЕЕЖЗИЙІІКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ | Hairline
 абвггддеежзийііклмнопрстуфхцчшщьюя | Thin

ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ | Light
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | Book
 1234567890 | Regular
 | Medium
 | Semibold
 | Bold
 | Black
 | Ultra
 | OnBoard

Шрифт UAF Sans є базовим шрифтом комунікації Збройних Сил України. Він використовується для усіх видів носіїв, де це регулює керівництво. Сімейство шрифтів створив український шрифтовець Дмитро Растворцев і акумулює в собі найкращі характеристики української типографії, поєднані з сучасним виглядом, що можна побачити в прикладі носіїв. Існує 12 накреслень цього шрифту, однак на практиці буде використовуватися лише Regular, Medium, Semibold, Bold. Використання інших видів накреслень можливе за потреби, виключено посадовими особами, які розробляють візуальну комунікацію. Накреслення OnBoard є технічним накресленням, яке призначене для нанесення на відки, нанесення бортових номерів на бронетанкову техніку, авіацію, бойові кораблі тощо. Воно існує також у трафаретному накресленні для простоти нанесення.

Рис. 1. Керівництво із використанням графічного стилю у візуальній комунікації ЗСУ. Джерело: [3]

Над створенням айдентики працювали Тарас Іщик та Орест Підлісецький. “Volja” і “UAF Sans” — офіційні шрифти ЗСУ, розроблені Марчелою Можиною та Дмитром Растворцевим [3].

Впровадження єдиного візуального стилю дає можливість співробітникам комунікацій усіх військових підрозділів просувати ЗСУ в уніфікованій формі і говорити однією мовою. Це дуже важливо для створення правильного та послідовного інформаційного поля навколо українського війська.

Емблематика частин, бригад та інших структурних підрозділів в такому випадку стає чи не єдиним елементом розрізнення при візуальній комунікації з суспільством. Символіка підрозділу виконує репрезентативну та ідентифікаційну функції. Вона використовується на нарукавних знаках, прапорах, в офіційних соцмережах військових формувань тощо.

14 січня 2020 р. Міністр оборони затвердив Методичні рекомендації щодо окремих питань розвитку і впровадження військової символіки у ЗСУ, які використовуватимуть військові частини під час розробки свого нарукавного знаку, гербу, нагрудного знаку та інших елементів однострою.

У Збройних Силах України розробляються та затверджуються нарукавні знаки розрізнення у формі щита, які вважаються основними та офіційними. Інструкції забороняють використовувати у військовій символіці ікони, релігійні символи. Також забороняється поєднання в одній композиції зброї та техніки різних історичних періодів. Крім того, не можна використовувати портрети та імена видатних діячів, навіть якщо підрозділ названо на честь цієї особи [4]. Емблему структурного підрозділу зазвичай носять на лівій руці.

Важливість та ціннісне значення айдентики військового підрозділу нами досліджено на прикладі 47 ОМБр.

47-ма окрема механізована бригада «Магура» – військове з'єднання механізованих військ у складі Сухопутних військ Збройних сил України. Командиром бригади є Олександр Сак, Іван Шаламага – заступник командира бригади. Валерій Маркус – головний сержант 47 бригади.

Формування батальйону, який з часом розширився до 47-го Штурмового полку, а в кінцевому результаті — 47 ОМБр, розпочалося лише в квітні 2022 року. Створення нового підрозділу дало можливість командуванню вибудувати чітку ціннісну структуру, розвинути внутрішній міф, сформувані ідеологію, яка буде основою виховання та взаємодії особового складу. Ідентичність підрозділу визначається його цінностями, які впливають на дисципліну, спрямованість, ефективність і моральний клімат всередині військового колективу. А також формують його імідж в очах цільової аудиторії, що в свою чергу позитивно впливає на рекрутинг чи фінансову підтримку з боку цивільного населення. Символіка є відображенням ідеології військового формування.

Благодійний фонд 47 ОМБр. Markus Foundation «Наша основна місія – змінити застарілий підхід української армії до формування та функціонування нових підрозділів. В основі мають бути інші засади – повага, безперервне навчання, розвиток внутрішньої культури» [5].

Цінності та традиції, які формують внутрішню культуру бригади, описує Валерій Маркус у лекції для молодшого офіцерського та сержантського складу:

1. Принцип безперервного навчання. Бригада формується навколо своєї легенди, пов'язаної зі сходженням на символічну вершину – Магуру, що символізує розвиток бійців, як професіоналів своєї справи. «Шлях до Магури» – кожен боєць має бути готовим сказати сержанту, чого він навчився за день. Однією з традицій, які впроваджуються на основі ідеї руху до вершини є сходження на обрану маловідому гору в Карпатах, що має стати свого роду ритуалом для бійців.

2. Повага. Культура взаємодії особового складу базується на взаємоповазі на всіх рівнях комунікації. Побутує звертання солдатів й сержантів бригади один до одного словом «друзе», як це було заведено в УПА. Використання слова «проблема» заборонено. Замість цього вживається слово «виклик». Також заборонено вживати радянські евфемізми «двохсоті» і «трьохсоті» на позначення загиблих чи поранених.

3. Гасло лат. *Semper audentes!* може перекладатись як «завжди відважні» для вищого командування або «завжди зухвалі» для ворогів та цивільних [6].

Окреме місце в системі цінностей займає нарукавний знак 47-мої ОМБр. Під час створення батальйону головний сержант бригади розробив концепцію традиції нарукавного знаку, яка передбачала градацію нарукавних знаків за посадами й заслугами. Нарукані знаки відрізняються кольором та окремими деталями. В залежності від посади, вимоги для отримання знаку бригади різні, для бойових підрозділів — це здача нормативів фізпідготовки.

Здачу на зелений «штурмовий» нарукавний знак головний сержант бригади приймає особисто, кожного разу проходячи усі нормативи разом з підрозділом. Зазвичай, до кінця доходить 70-80% бійців[7].

Символ бригади походить від концепції агресивного шахового коня в поєднанні із силуетом дракона, що уособлює інтелект гравця, нестримну силу та холонокровну агресію сучасного воїна 47 ОМБр.. Коло з шипами символізує щит (Рис. 2.).

Кінь в шахах ходить нестандартно, він може перестрибувати інші фігури, рухасться буквою “Г” в будь-який бік, може нанести удар, знищити ворога і повернутись назад. Його неможливо оточити чи затиснути в якійсь межі. Цей елемент символіки бригади вказує на задекларований принцип безперервного навчання та вдосконалення бійців.

Дракон – це міф неприборканої сили, що жахала і викликала страх та повагу людей протягом сотень років. Він є символом українського воїна у сучасній боротьбі — відважного та зухвалого, а щит з шипами на фоні говорить про готовність підрозділу до агресивного захисту своєї землі [8].



Рис. 2. Нарукавний знак 47-мої ОМБр

Джерело: [5]

Таким чином вся структура діяльності підрозділу побудована на системі цінностей, які включають постійний професійний розвиток, повагу, мотивацію. Командування вже сформувало репутацію бригади, як підрозділу нового зразка [9].

Айдентика відіграє роль символу ідеології підрозділу. Зокрема, важливе значення для бригади, як окремого військового підрозділу, має нарукавний знак та традиції пов'язані з його здобуттям. Він є символом розвитку, приналежності до спільної мети та відповідальності, братерства. Такий підхід сприяє утворенню здорової комунікації в середині підрозділу, підвищенню військової дисципліни, а також комунікації з медіа та цивільними.

Цінності, які впливають на дисципліну, спрямованість, ефективність і моральний клімат всередині військового колективу, визначають ідентичність підрозділу. Символіка підрозділу є відображенням внутрішньої ідеології військового формування. Вдала айдентика впливає на сприйняття цільовою аудиторією та сприяє рекрутингу особового складу підрозділу, а також підтримці з боку цивільного населення.

Відтак очевидно, що якісна та сенсовна айдентика та цінності військового підрозділу для формування внутрішньої культури, мотивації бійців та ефективної комунікації як всередині військового колективу, так і з цивільними є надзвичайно важливим. Збагачення наукового розуміння процесу формування цінностей через

айдентичну може сприяти вирішенню проблем, пов'язаних з побудовою ефективних командних структур, підвищенням військової дисципліни.

Результати дослідження можуть служити основою для розробки програм формування та утримання ціннісної орієнтації військових підрозділів в Україні. Це позитивно вплине на загальний імідж української армії. Сприятиме професійному розвитку особового складу, його мотивації.

Список використаних джерел:

1. Карпов В.В. Українська звитяга у символах Київ: Видавець Олег Філюк, 2016. 421с.

2. Lysychkina I. The image of security sector agencies as a strategic communication tool. *Connections: the quarterly journal*. 2017. Vol. 16, no. 3. P. 5-22. URL: <https://doi.org/10.11610/connections.16.3.01>. (Дата звернення: 05.06.2023)

3. Керівництво із використанням графічного стилю у візуальній комунікації ЗСУ. *Fex.net*. URL: <https://fex.net/uk/s/ord0eao/> (Дата звернення: 06.06.2023)

4. Методичні рекомендації щодо окремих питань розвитку і впровадження військової символіки у Збройних Силах України. URL: <https://drive.google.com/file/d/1IiZG471hFFeFz68wUZ5wFZAm7hyL-xgd/view> (Дата звернення: 07.06.2023)

5. 47 бригада. Markus Foundation. URL: <https://markusfoundation.com/47-bryhada> (Дата звернення: 06.06.2023)

6. MARKUS. "Дезертирство на фронті" - Валерій Маркус Головний сержант 47 Бригади «Магура», 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WbRiPmjOjhg> (Дата звернення: 07.06.2023)

7. MARKUS. 47 Штурмовий Полк. Шеврон потрібно заслужити... 10 км, 2022. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Vo24O9I-Vs> (Дата звернення: 07.06.2023)

8. Офіційний телеграм-канал 47-ї окремої механізованої бригади ЗСУ. URL: <https://t.me/ombr47> (Дата звернення: 07.06.2023)

9. Юзефик К. Ніякої арміїщини: 47-й батальйон Валерія Маркуса. *Ukrainer*. URL: <https://ukrainer.net/batalyon-markusa/> (Дата звернення: 07.06.2023)

10. Долгоновська Л. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/dolhonovska/posts/3530112393942709> (Дата звернення: 05.06.2023).

ГАНСЬКИЙ В.В.

доктор габілітований, професор надзвичайний, д.е.н.,
Вища школа туризму та готельної справи,
м. Гданьск, Республіка Польща

ФЛЕЙЧУК М.І.

доктор габілітований, професор, д.е.н.,
Гуманітарно-економічна академія в Лодзі,
м.Лодзь, Республіка Польща

МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО - КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Для якіснішого використання історико-культурної спадщини в для соціально-економічного розвитку, вона має бути визнана громадою, яка має усвідомлювати її важливість та ідентифікувати себе з нею. Лише та спадщина, яка закладена в колективну пам'ять, сприймається як щось цінне та важливе, може сформувати національну ідентичність, почуття єдності та гордості за свою країну, надихати на спільну роботу – тобто створити соціальну ідентичність, соціальний капітал. Основною умовою позитивного впливу історико-культурної спадщини на соціально-економічний розвиток та можливість використання її цінностей місцевою громадою є поширення знань про історію та традиції краю. Проте просвітництво не може покладатися виключно на суху передачу історичних фактів або відомостей про художні переваги окремих об'єктів спадщини. Важливо, щоб така діяльність мала як інтелектуальний, так і емоційний аспект. Усвідомлення людиною через виховання того, що місцева історико-культурна спадщина в тій чи іншій формі відноситься до її особистої історії, безсумнівно, важливе для створення та зміцнення емоційного зв'язку між нею та об'єктами спадщини [1, с. 182-186]. Хороша просвітня діяльність призводить до надання людям точної інформації та розвитку позитивних емоцій, які дозволять їм брати участь у пізнанні спадщини та отримувати з неї користь. Досягнення цієї мети можливе через: відповідальну підготовку виховної діяльності, щоб її зміст був чесним і справедливим, зрозумілим та апелював до почуттів; включення до змісту освітньої діяльності посилянь до особистого досвіду її адресатів; включення до змісту освітнього процесу місцевих історій та традицій з подальшим показом у ширшому контексті; вибір таких форм освітньої діяльності, які забезпечували б поживлення дій та активну участь адресатів освітнього процесу; Важливим елементом

освіти має стати діалог з громадою про місцеву спадщину, її елементи, цінності, збереження та можливості використання.

Сучасні тенденції розвитку туризму свідчать про зростаючу роль пізнавального, культурного туризму, в основі якого лежить цікаве та неординарне уявлення специфіки місцевої історико-культурної спадщини не тільки за рахунок традиційних способів відвідування тієї чи іншої місцевості, а й самостійного вивчення, пізнання [2, с. 11-14]. Тому необхідно шукати нові способи презентації спадщини, туристичних визначних пам'яток та продуктів. Туризм, освіта і реклама часто взаємопов'язані, і наведені нижче методи та підходи можуть поєднати всі ці аспекти – вони можуть стати чудовою освітньою пропозицією, а також залучити допитливих туристів, орієнтованих на цінності та історію. Пропоновані рішення також можуть стати важливим елементом просування адміністративно-територіальної одиниці та її спадщини у вигляді готових, доступних ринкових пропозицій, що містять заклики до відвідування та огляду пам'яток. У процесі забезпечення доступу до спадщини для туристів слід використовувати основи та принципи інтерпретації спадщини, які слугують для її достовірної, але водночас цікавої для відвідувачів презентації. Метою інтерпретації є не освіта у чистому вигляді, а зміна установок та поведінки, натхнення та мотивація [3, с. 25-39]. Завдання правильної інтерпретації у тому, щоб виділити елементи спадщини зі сфери анонімності, надати їм певного змісту.

Здійснюючи або підтримуючи освітні та рекламні заходи щодо об'єктів спадщини, важливо пам'ятати про етичний та відповідальний підхід при їх організації. Основною метою освітньої діяльності має бути благо та розвиток її адресата, а не надання користі організаторам чи спонсорам такої діяльності. Процес передачі в результаті вживаних заходів має однозначно і точно відокремлювати точні знання історії від гіпотез, її інтерпретацій та реконструкцій. Звернення до «важкої» для місцевої спільноти історії має бути дуже обережним і мусить уникати однозначних оцінок. Краще орієнтуватися на історичні факти, ніж їх інтерпретації. У жодному разі не можна вживати заходів щодо дезінформації та поширення хибного, спотвореного образу минулого. Молодь, бажано з-поміж місцевих жителів, має бути максимально залучена до просвітницької та рекламної діяльності.

Основними інструментами та методами використання історико-культурної спадщини у розвитку туризму, освіти та популяризації території можуть бути наступні:

а) Квестинг. Це досить інноваційний метод вивчення історико-культурної спадщини тієї чи іншої місцевості. Найважливішими

елементами квесту є сам сюжет і дослідження місця, а ключову роль у його процесі грає вирішення завдань, які потребують розумових зусиль від гравця. Кожен квест має свою початкову точку, а подальші точки на трасі учасник визначає, вирішуючи головоломки і залишаючись на землі у точці, що підходить для цього рішення. Наприкінці шляху знаходиться “скарб” – артефакт, що підтверджує подолання всього маршруту. Квест – це розповідь про місце і людей, яку учасники відкривають і дізнаються самі, керуючись заздалегідь отриманим списком питань. Основна ідея створення квестів у контексті управління спадщиною полягає у приверненні уваги до історії та унікальних об’єктів, що належать до історико-культурної спадщини. Тут важливо виявити незвичайність певного місця, звертаючи увагу на, здавалося б, звичайні, повсякденні місця та предмети, визнаючи їхню унікальність, цінність і привабливість. Створення квесту – це ще й спосіб планування вивчення місця та поширення знань про нього, спосіб звернути увагу місцевих жителів та туристів на те, що цінно та красиво, але часто приховано чи непомічено у повсякденній метушні. Квести – це мистецтво знаходити унікальність у, здавалося б, звичайних речах. Готові квести можуть стати привабливою формою відвідування цікавих місць та стати чудовим доповненням до традиційних пішохідних маршрутів, особливо спрямованих на знайомство з історичною, культурною та природною спадщиною. Квести можна створювати навіть в електронних програмах, призначених для мобільних пристроїв. Загадки в таких квестах можуть бути найрізноманітнішими, можуть включати, наприклад, аудіо- і відеофайли, вимагати рішення головоломки або містити зображення в доповненій реальності, що показує, наприклад, як це місце виглядало в минулому.

б) Ігри на місцевості. Інноваційним та привабливим методом презентації історико-культурної спадщини є розробка та організація гри на місцевості за сценарієм з використанням місцевої історії, легенд та традицій. Гра на місцевості – це тип командної або індивідуальної гри, яка проходить на певній території та за певними правилами. Витоки польових ігор можна простежити до пластунів або новаторських розваг та ігор. Ігри можуть бути засновані на різних навичках, таких як орієнтування на місцевості або читання карт, доступних у своїх завданнях та ролях. Однією з найпопулярніших форм сюжетної гри на місцевості в Європі та Америці є LARP (рольова гра з живою дією) – поєднання гри на місцевості з рольовою грою. Це діяльність на стику гри та мистецтва, під час якої учасники разом створюють та переживають історію, граючи відведені ним ролі, і тим самим краще вивчають місцеву історію та культуру. Особливою формою гри на місцевості є міське орієнтування, що є пошуком і досягненням у

найкоротші терміни встановлених організаторами контрольних точок у місті. На відміну від класичних видів спорту, у міському орієнтуванні є кілька способів встановлення контрольних точок. Це можуть бути адреси, місцеві назви або орієнтири, властиві міському ландшафту, умовні схеми та фотографії, комбіновані описи та міські загадки. Інші правила вже обумовлені залежно від конкурсу. Ідея урбаністичного спрямування полягає в тому, щоб забезпечити учасникам розвагу та живе спілкування з історією та культурою конкретного міста або його частини. Рольова гра (англ. role-playing game) – це рольова командна сюжетна гра, заснована на сюжеті, в якій гравці виступають у ролі вигаданих чи історичних персонажів [4, с. 176]. Весь ігровий процес розгортається у світі, що існує лише у уяві гравців, іноді під впливом певних історичних реалій вибраної епохи. Сценарій може бути заснований на реальних історичних подіях, що стосуються цього місця. При створенні ігрового сценарію ви можете спиратися на події з місцевої історії, він може включати якийсь обряд, тощо. Місцем гри можуть бути різні історично значущі чи гідні відвідин місця. Детальні методи розробки ігор на місцевості загальнодоступні в Інтернеті. При організації будь-якого заходу на місцевості слід пам'ятати, що не повинно бути жодних форм діяльності, які можуть негативно вплинути на об'єкти спадщини, історичний ландшафт і місцевих жителів.

в) Геокешинг. Це гра, що набирає популярності, в реальному світі, де основним завданням є пошук «скарбів» за допомогою GPS-навігатора. Учасник гри відправляється за вказаними GPS-координатами і намагається знайти сховану в цьому місці схованку (контейнер). Пошук укриттів також може допомогти дізнатися про нові місця, їх природу та історію. Хорошою ідеєю є створення маршрутів геокешінгу, що використовують природні та культурно-історичні ресурси міста, області або всієї країни, тематичних маршрутів геокешінгу, на яких можна відвідати певні категорії об'єктів. Ще один спосіб використання геокешінгу – підвищити привабливість існуючих тематичних туристичних маршрутів за рахунок додавання нової форми активності.

г) сучасні технології. Ефективний територіальний маркетинг базується на унікальних особливостях регіону та їх демонстрації. Яскравість турпродукту, а також явних відсутність маркетингових інструментів – запорука успіху [5, с. 43-52]. В наш час ринок туристичних послуг все більше звертається до сучасних форм просування, таких як Інтернет або мобільні програми. У них використовуються технології геолокації, різні форми візуалізації простору, наприклад, шляхом моделювання в 3D, віртуальних

прогулянок тощо. Крім графічних та візуальних рішень, маркетингові матеріали та рекламні носії повинні бути взаємно інтегровані, щоб у туриста була можливість використовувати зручні для нього форми або кілька форм та інструментів одночасно.

I. Веб-сайт. Більшість установ та організацій у сфері історико-культурної спадщини, зокрема державні органи, мають власні сайти, метою яких є надання корисної інформації місцевим жителям, а також інвесторам та туристам. Ці сайти часто містять інформацію про місцеві ресурси природної та історичної спадщини, намагаються показати місцеві туристичні пропозиції та послуги, доступні на місцевому ринку. Однак туристи зазвичай не шукають пропозиції на державних сайтах, вони шукають спеціалізовані сайти та портали, присвячені туризму, де є матеріали, підготовлені спеціально для них та зазвичай не обмежені географічними рамками однієї адміністративно-територіальної одиниці.

II. Мобільні додатки. У той час як веб-сайти є найбільш поширеним і в принципі основним інструментом спілкування з потенційним місцем призначення – туристами або місцевими любителями історико-культурної спадщини, мобільні додатки – це відносно новий, але дуже динамічний інструмент, який стає все більш популярним, особливо як інструмент просування та маркетингу в туризмі. Програми можуть виконувати безліч функцій та мати різну форму. Найбільш поширені мобільні путівники та мобільні ігри, що пропагують традиційні способи пізнання світу [6, с. 172-173]. Вони можуть використовувати передові технології, що дозволяють цікавим чином не тільки показати справжній стан речей, але й побачити, як це місце або предмет виглядало в минулому в різні епохи, надавши інформацію у привабливій та доступній формі.

Серед усього набору можливостей, що надаються мобільними програмами в рамках розширення інформації про об'єкти історико-культурної спадщини, можна виділити такі функціональні групи:

- мобільний путівник покликаний представити об'єкти та маршрути на карті регіону разом з їхньою локалізацією, у тому числі GPS-координатами. Користувач знає, де він зараз і які об'єкти чи маршрути перебувають у безпосередній близькості. За допомогою картки чи списку можна потрапити на візитки об'єктів та маршрутів, прочитати опис, переглянути фото чи скористатися іншим мультимедіа, знайти найближчий ресторан, готель чи банкомат – тобто. путівник служить для комплексного планування перебування;

- в рамках мобільних програм можна використовувати систему доповненої реальності, наприклад, наведення камери на певну будівлю з певного місця дозволяє переглядати історичні фотографії. Ця система

перетворює смартфон або планшет на своєрідну «машину часу» і дозволяє бачити довкола себе минулу реальність;

– ще одна можливість – представлення деяких історичних об'єктів у вигляді 3D-моделей (зокрема з використанням доповненої реальності) [7, с. 36-37]. Побачити візуалізацію історичного об'єкта можна, глянувши на значок, розміщений, наприклад, на інформаційному стенді або рекламних матеріалах, через камеру телефону. Розмістивши кілька таких ікон на інформаційних стендах, можна створити цілий віртуальний парк мініатюр;

– надання інформації про об'єкти та пам'ятки у форматі мобільного аудіогіду значно спрощує отримання інформації туристами, особливо у місцях, де вони великі чи самостійні. Цей метод також буде дуже корисним при створенні інклюзивного туристичного середовища, що враховує потреби людей з обмеженими можливостями (особливо людей зі слабким зором або відсутністю зору).

д) Історичні реконструкції. Це дії, під час яких учасники відтворюють у костюмах та за допомогою артефактів (сучасних чи автентичних) конкретні події з минулого (найчастіше військові та лицарські битви) або різні сторони життя у вибраний історичний період. Вони все частіше використовуються для підвищення привабливості місцевих заходів, хоча й самі собою стають пам'ятками. Реконструкції можуть відтворити подію у тому місці, де вона сталася, або, якщо важлива історична подія не відбулася в цьому місці, можна відтворити побут епохи, що мала велике значення для місцевості.

У процесі поширення знань про спадщину та активізації роботи в цьому напрямку необхідно знайти партнерів серед таких установ, як: товариства охорони пам'яток історії та культури; профільні науково-дослідні центри та інститути; навчальні заклади всіх рівнів; музейні установи; заклади культури; офіси та центри туристичної інформації; громадські організації, що займаються питаннями історико-культурної спадщини; національні неурядові організації, що спеціалізуються на підтримці освіти та розвитку, формуванні систем обміну знаннями, інформацією та досвідом; місцеві лідери та діячі культури; місцева громадськість; місцеві ЗМІ та ін. [8, с. 38-39].

Таким чином, дії щодо поширення знань про спадщину та пропаганду її цінностей, спрямовані на місцеву громаду та туристів, використовують потенціал спадщини для соціально-економічного розвитку та просувають його. Освітні заходи повинні поширювати точні знання про місцеву спадщину та стимулювати у людей емоції

та позитивні асоціації, зокрема, за допомогою використання методів, що спонукають їх до безпосередніх дій. Використовуючи освітні заходи як додаток, що збагачує туристичну пропозицію регіону, слід враховувати відмінність їх форм та тематичного діапазону, щоб вони створювали багату та різноманітну пропозицію, орієнтовану на дуже різноманітну аудиторію. Освітні установи можуть організовувати освітню діяльність, а роль місцевого виконавчого органу полягає у підтримці та організації людей, які хочуть і можуть добре організувати заходи, що розвивають та популяризують місцеву історико-культурну спадщину та її елементи.

Список використаних джерел

1. Ashworth G.J. Personality associations as an instrument of place branding: possibilities and pitfalls. *Towards Effective Place Branding*, ed. M. Kavaratzis, Northampton: Edward Elgar Publishing, 2010. 386 p.
2. Sustainable Tourism Management at World Heritage Sites. *Enhancing Inter-agency and Stakeholder Coordination for Joint Action*. Madrid: World Tourism Organization, 2009. 162 p.
3. Petr C. Tourist apprehension of heritage: a semiotic approach to behaviour patterns. *International Journal of Arts Management*. 2002. №0 4. P. 25-39.
4. Rizzo I., Mingosa A. *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*. Northampton: Edward Elgar Publishing Inc., 2013. 640 p.
5. Ganski U. The features of marketing of historical and cultural heritage locations and tourist destinations // *International economic relations and prospects for national development: contemporary challenges and solutions: monograph / under the editorship of M.I. Fleychuk, U.A. Ganski, V.U. Kazlouski [and others]*. Daugavpils: Daugava Print, 2018. 364 p.
6. Peacock A., Rizzo I. *The Heritage Game: Economics, Policy and Practice*. Oxford: Oxford University Press, 2008. – 362 p.
7. Ganski U. *Cultural Heritage of Visegrad Group Countries as a Resource for Local Development. Visegrad Four – the Ukrainian Dimension. Integration Step by Step / ed. by T.V. Derkach*. Riga: Baltija Publishing, 2017. 308 p. P. 135-147.
8. Ганський В.О., Калачова І.І. Механізми і методи участі громадськості в процесах управління ресурсами історико-культурної спадщини. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 22. С. 37-41.
9. Сафонов, Ю., & Дацко, О. (2020). Актуальні проблеми управління культурною спадщиною в Україні. *Економіка та суспільство*, (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-92>.

ГАЮК І.Я.

Доцентка кафедри менеджменту мистецтв Львівської
національної академії мистецтв,
докторка культурології, м. Львів, Україна

РОЛЬ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МІЖКУЛЬТУРНИЙ КОМУНІКАЦІЇ

Важливою складовою процесу міжкультурної комунікації є феномен стереотипів, які в плані соціальному являють собою функцію взаємодії між «Я» та «Іншим». Одразу зазначимо, що міжкультурна комунікація – явище повсюдне: вона існує на різних рівнях, які можна умовно поділити на зовнішньокультурний/ макрорівень (між країнами, державами), та внутрішньодержавний/ мікрорівень (всередині певної країни між представниками різних етнокультурних, релігійних, професійних, регіональних спільнот тощо).

Більшість сучасних дослідників цього явища вважає, що формування/ утвердження стереотипів тісно пов'язане з проблемами домінування та встановлення ієрархічних відносин. Тобто, одна з основних функцій стереотипів, особливо в системі міжкультурних відносин – це функція неафішованого, неявного засобу підпорядкування через моделювання стосунків – опозицій «Свій-Чужий», «Свій-Інакший». Оскільки всі стереотипи мають соціальну природу, тому одна з їх важливих функцій – функція підтримання влади. Жодна влада не може довго триматися виключно на примусі. Тому для ефективної та тривалої реалізації своїх інтересів вона використовує так звану сигніфікацію, тобто формування відповідних ідей, значень та цінностей. На думку Т. Рябової, «соціальні стереотипи залучають до вироблення значень і цінностей та до формування відповідної картини світу й легітимації влади, завдяки чому вони стають владним ресурсом» [18, с. 318]. Стереотипи активно використовують для продукування значень у необхідному владі контексті для репрезентації когось або чогось у відповідному світлі, з певної точки зору, оскільки «репрезентація – це завжди інтерпретація, яка містить оцінку» [18, с. 318]. Відзначимо, що один із найвагоміших сучасних дослідників стереотипів Д. Шнайдер виокремив т. зв. «велику трійку» соціальних стереотипів, а саме – гендерні, вікові та расово-етнічні стереотипи, які, на його думку, найсильніше впливають на соціальну ієрархізацію у більшості культур [24, р. 437].

Гендерні проблеми найчастіше мають найбільш гострий вираз у міжособистісних стосунках, але більша частина цих проблем кориниться власне у наявності гендерних стереотипів –

загальноприйнятих уявлень щодо якостей, ролей та місця жінок і чоловіків у соціумі. І формування такої моделі гендерних стереотипів, з якою західне (і українське) суспільство має справу сьогодні було тривалим історичним процесом, зумовленим низкою чинників.

Одну з ключових ролей у формуванні гендерних стереотипів відіграла релігійна компонента, що тісно пов'язана з радикальною зміною суспільного устрою, а саме - зміною матриархату патріархатом. Історія релігій наочно засвідчує, що ця зміна соціального устрою була тісно пов'язана з аналогічними змінами в сфері релігії. Вивчаючи грецькі міфи, Р. Грейвс приходять до висновку, що значна їх частина відображає політико-релігійну історію – показує захоплення патріархальними еллінами матрилінійної Греції [9, с. 10]. Це демонструють міфи про вбивство Беллерофонтом Хімери, Персеєм Медузи Горгони, Аполлоном Піфона тощо. Той же Аполлон присвоїв собі функції інших богів, адже спочатку на місці його Дельфійського оракула був оракул Великої Темної Богині (Ночі або Геї), потім – оракул німфи Дафни, після – оракул Діоніса, і лише в постгомерівську добу Дельфійський оракул забирає Аполлон, який стає «отчим словом, що вихолошує волю Зевса» [11, с. 39]. Про те, що встановлення олімпійського пантеону було далеко не безхмарним, свідчить знаменитий уривок з «Іліади» [8, с. с. 399-406], в якому Ахілл говорить, що його мати німфа Фетіда відвернула від Зевса «огидні підступи» Гери, Посейдона та Афін. Можна припускати, що це є відгомін спроби повернути матрилінійний культ, адже Герою звали Велику Богиню: «Єдина Велика Богиня мала три іпостасі (тріада – дівчина, німфа і стара; тріада Селена (верхній світ), Афродіта (світ землі та моря) і Геката (підземний світ)», хоча «у класичний час Стімфал в Аркадії був одним з небагатьох міст, де всі три іпостасі носили одне і те ж ім'я Гера» [9, с. 7-9].

Цей радикальний поворот у розвитку європейської цивілізації відбувся далеко не внаслідок, як прийнято вважати, певних природних законів суспільного розвитку. Йдеться про теорію вертикального прогресу, згідно з якою розвиток людства відбувається від найнижчого примітивного ступеня до найвищого, в рамках якої відпадає необхідність в будь-якій вагомій аргументації – те, що було раніше, апіорі вважається нижчим і гіршим за те, що прийшло йому на зміну. Однак, дані, які наводять Й. Бахофен, М. Гімбутас, Е. Нойман та інші вчені, категорично спростовують погляди щодо вищості патріархального устрою над матриархальним. Цей перехід відбувся завдяки збройному насиллю. Невипадково цей час в історії Греції називають «Темними віками». Демограф-класик П. Брунт фіксує масові вбивства дівчат в античному світі. Згідно з ««законом Ромула»,

громадяни були зобов'язані під загрозою конфіскації половини майна... залишати життя і виховувати всіх дітей чоловічої статі і лише першу доньку, за виключенням тих випадків, коли дитина народжувалася потворною або калічною...» [10, с. 157]. Демограф Дж. С. Рассел вважає, що вражаючу статеву диспропорцію в римську добу можна пояснити лише високим рівнем вбивства дівчат і посилається на матеріал Джона з Гастінгса (Англія, 1391-1392 pp.), в якому простежується аналогічний процес в середньовічний період (співвідношення 170 хлопчиків на 100 дівчат) [10, с. 157]. Уільям Тарн наводить дані по Елладі – свідоцтва щодо 79 грецьких родин Мілета: «В цих сім'ях було в загальному 118 синів і 28 дочок (співвідношення статі 421/100)... Жодні природні причини на могли зумовити таке співвідношення. ...Всі джерела сходяться в тому, що... в сім'ї майже ніколи не виховували більше однієї доньки, доводячи правоту ствердження Посейдіппа, що «навіть багаті люди завжди кидали новонародженого, якщо це була дівчинка» [10, с. 43-44].

Заміна жіночих культів чоловічими стала одним із головних засобів усунення жінки з життєво важливих сторін функціонування соціуму, а державно-релігійне правове оформлення інституту шлюбу дало можливість максимально обмежити вихід її енергії рамками сім'ї.

Але навіть при наявності всіх владних важелів впливу на суспільство, страх перед жінкою, прирівняно до біологічної машини для продовження роду і куховарки, цей страх, як нитки в погано зшитому одязі, проглядає на всіх рівнях нової соціальної реальності. Особливо сильно це помітно в трагедіях Есхіла, який стверджував, що все зло - породжене жінкою, чия пристрасть, «божевільної хіті жіночої влада» «жахом та прокляттям» впала на рід людський [23, с. 583]. Він палко захищає Аполлона, який підштовхнув Ореста на вбивство матері, і вклав до його уст показове: «Не мати є породжувачем своїх дітей. Породжувач – батько». Евріпід – це «драматичне alter ego» Сократа [19, с. 9] – живописує нам світ «бурхливих пристрастей, стихію темного, яка позбавляє людей розуму, патологічних надривів» – і все це в образах Медеї, Федри, Електри, Агави, які є прикладами «фатальної напередвизначеності людей до зла» [13, с. 90]. Не дивно, що постгомерівську Грецію з її олімпійським пантеоном так любили і вихваляли ідеологи 3-го Рейху, особливо А. Розенберг, для якого саме там «проявляється нордична цінність» Аполлона як «винищувача древніх демонів», а в «грецькій трагедії, яка виникла в той час, коли Греція вела тяжкі, руйнуючі її цілісність війни, елліни знову були змушені сперечатися зі старими хтонічними первісними силами» [17, с. 35].

Протягом всього історичного часу євреї на ранковій молитві говорять: «Благословенний Господь Бог наш і Бог усіх світів, що Він не

створив мене жінкою». Серед благодіянь, за які Платон дякував богам, першим було, що вони створили його вільним, а не рабом, другим - що він Чоловік, а не жінка.

Згодом такі негативні уявлення про жінку, прихований страх перед нею перейшли і стали панівними в християнській Європі. Тіло оголошується гріховним, відповідно, статеві стосунки – брудом, вони дозволені й моральні лише за умови освячення церквою та (або) державою. Відтак, із статі, сексуальності цілком виключається метафізика, їх моралізують та переводять в сферу виключно соціальну. З'являється шлюб як церковно-державний інститут контролю за сферою глибоко особистісних і природніх стосунків. І як наслідок – постійна моральна напруга, поява величезної кількості різноманітних демонів сексуальної спокуси (зрозуміло, інфернальної природи), патологічний інтерес до сексуальних стосунків і, звичайно ж, полювання на відьом. Сексуальне життя стає приховано домінуючим (подвійний стандарт), перетворюючись не лише в руйнівний для психіки та тіла людини фактор, але й в потужний важіль маніпулювання особистістю зі сторони Церкви та Держави. Ще у XVI ст., щоб утримати заміжню жінку в цілковитій залежності від чоловіка, посилялися на авторитет Блаженного Августина, який говорив, що «жінка - це тварина, яка не має ні двору, ні хліва» [2, с. 24]. Тому Монтень справедливо зауважував: "Жінок нема за що засуджувати, коли вони відмовляються приймати порядки, заведені в цьому світі, адже їх встановили чоловіки без їхньої участі» [2, с. 24].

У книзі «Друга стаття» Симона де Бовуар часто звертається до праці переконаного прихильника жіночої рівноправності XVII ст. Пулена де ля Барра "Про рівність обох статей", Він одним із перших проголосив, що нерівне становище чоловіка і жінки в суспільстві є результатом підпорядкування жінки грубій чоловічій силі, а зовсім не приписом природи [2, с. 5]. Він також писав, що чоловіки могли б у всій повноті насолоджуватися цим привілеєм лише тоді, якщо би вважали його заснованим на вічності й абсолюті, тому своє верховенство вони постаралися перевести в право; «Ті, хто складав закони і збірки законів, будучи чоловіками, звернули їх на користь своїй статі, а юрисконсульти перетворили закони на принципи» [2, с. 23-24].

Слід відзначити ще одну закономірність щодо статусу жінки в суспільстві: в тоталітарних або автократичних режимах різко посилюються обмеження будь-яких прав жінки та намагання помістити її у цілковито патріархальну систему гендерного розподілу ролей. Таку закономірність не просто відзначив, але й довів Вільгельм Райх у відомій праці «Психологія мас і фашизм» (1933 р.). Вчений доходить висновку, що «перші ознаки придушення сексуальності почали

проявлятися порівняно недавно, при встановленні авторитарного патріархату і при початку поділу суспільства на класи. ...На цьому етапі сексуальні потяги починають використовуватися меншістю з метою отримання матеріального прибутку; це положення знаходить ґрунтовне організаційне вираження в патріархальному шлюбі та сім'ї..... Психологічний аналіз чоловіків і жінок різного віку, країн і суспільних класів показує, що переплетення соціально-економічної структури із сексуальною структурою суспільства і структурне відтворення суспільства в людському характері відбуваються в перші 4-5 років в авторитарній родині. Таким чином, авторитарна держава виявляє великий інтерес до авторитарної сім'ї: вона перетворюється на фабрику, де формується структура та ідеологія держави.» [16, с. 33].

Створений державою та нав'язаний людині відповідний розподіл гендерних ролей, які, завдяки формуванню гендерних стереотипів, засвоюється автоматично й несвідомо, стає причиною суттєвих проблем у подружньому житті багатьох родин. Те, що при розлученні часто формулюють як «несходження характерів», найчастіше є конфліктом рольових очікувань, а ті, своєю чергою, пов'язані з розбіжністю гендерних соціально/ державно сформованих стереотипів та реального стану речей.

В країнах колишнього соціалістичного блоку попри задекларовану рівність жінки з чоловіком і її права на роботу, в реальності стан жінки не лише не покращався, а став гіршим, тому що в системі соціалістичного розподілення гендерних ролей вона не перестала бути «хранительницею сімейного вогнища» зі всіма домашніми обов'язками, але отримала ще й суспільне навантаження у вигляді роботи назовні. При цьому, конструювання гендерної ідентичності через створення відповідного статусу домашньої праці також мало (і має) відчутне маскулінне забарвлення – це вважається не лише основним заняттям жінки, але й тим єдиним, до чого вона надається. Сюди додається і маскулінне тлумачення домашньої праці жінки, яка, на думку більшості незнайомих з нею чоловіків, є умовною працею або неповноцінною у порівнянні з чоловічою працею, яка сприймається ними, як щось відпочинково-розважальне з типовим обертоном: «ти була дома, значить, ти, фактично, відпочивала», що по суті є переносом на жінку характеру перебування дома чоловіка. У СРСР жінки фактично не мали шансів посісти скільки-небудь вагомими престижними соціальними позиціями на основі власного професійного статусу (лише в якості жінки високопосадовця) у керівництві державою, на рівні міністерств тощо – максимум, на що вона могла розраховувати – це керівник середньої ланки.

З посиленням тоталітарних тенденцій в РФ з другої каденції В. Путіна цікаві зсуви щодо розуміння місця жінки в суспільстві стають помітними не лише на рівні політикуму, але й і в наукових гендерних студіях. Російські дослідники намагаються довести, що поведінка жінки за чоловічим типом хоча і сприяє її кар'єрі, але вона при цьому втрачає частину своєї жіночої привабливості. Т. Булавіна пише, що «емансиповані жінки стають чоловікоподібними, скоріше за все, не з власної волі. Це єдиний ефективний спосіб інтегруватися в існуюче суспільство. у кожному з нас є чоловіче і жіноче начало, тобто, що концепції мужності та жіночності мають незалежний і відчутний зв'язок, це реальність, а не те, що вони самі є когнітивними конструкціями" [3].

З логікою у російських учених явний дисонанс: концепції і є когнітивними конструкціями, а які вони є - мужності та жіночності, істини та неправди і т.п. – це вже не суттєво. Що має відношення до реальності? Існування чоловіків та жінок з певними біологічними відмінностями. Це - реальність. Концепції мужності або жіночності – це раціональні конструкти щодо наявних чи скоріше необхідних/бажаних (кому?) характеристик/рис та відповідно моделей поведінки та занять, притаманних «ідеальному» чоловіков» та «ідеальній жінці». Що значить «чоловікоподібна жінка»? З чоловічої точки зору це жінка, яка демонструє т. зв. чоловічі риси характеру – активність, енергійність, уміння досягати поставленої мети, рішучість, креативність тощо, тобто, ті риси, які патріархальне суспільство присудило чоловікові. Для того, щоби відповідати цій картині ідеального чоловіка, йому необхідна ідеальна сконструйована жінка з протилежним набором якостей, які дозволяють чоловікові відповідати цим вимогам. Наявність у жінки рис, які не вкладаються у цю модель і демонстрування вищезазначених «чоловічих» рис забирає у багатьох чоловіків можливість відповідати гендерному стандарту, що часто призводить до значого психологічного дискомфорту, конфліктів і до розриву стосунків. М. Мід мала всі підстави писати, що «жінка, яка досягає більшого успіху, ніж чоловік, у чоловічій професії, де немає іншої альтернативи, окрім як перемогти деяку кількість чоловіків, - ця жінка робить щось вороже і деструктивне. Якщо ж вона має жіночу красу і привабливість, її поведінка тим більше сприймається як деструктивна. До чоловікоподібної, потворної жінки можуть ставитися як до замаскованого чоловіка, і таким чином їй вибачають її успіх, але для успіху жіночної та прекрасної жінки алібі не існує. Що більш вона жіночна, то менше їй пробачиться» [14, с. 293]

Так звані гендерні дослідження в академічній спільноті сучасної РФ являють приклад відчутної регресії до фактичної декларації «природної статевої нерівності», де роль меншвартісної статі відводиться, зрозуміло,

жінці, яка «генетично схильна до підпорядкування» і до «більшої сугестивності» [20, с. 40]. Для цього науковці звертаються до еволюційної теорії Дарвіна та її вельми специфічної інтерпретації російським же вченим В. Геодакяном [6, с. 184-185; 7, с. 60-69]. Праці останнього є дуже популярними у Росії, але судячи з посилань, маловідомі та не затребувані поза її межами. В якості висновків вони презентують той класичний набір гендерних стереотипів, підносячи це, як науково доведений факт: «Відмова жінок від своєї жіночності не зможе привести до чогось хорошого...; збереження статевої нерівності необхідне людству. Якісні риси жінок ... емпатія, обережність, схильність до повсякденного альтруїзму; » [20, с. 43]. Тобто, маємо все той же стереотипний набір т. зв. «жіночих» якостей, відмова від яких означає відмову від «жіночості», звинувачення, зрозуміло, західних феміністок у прагненні відмовитися від народження дітей, хоча насправді там мова йде про скасування примусу щодо жінки бути виключно або насамперед репродуктивним біологічним механізмом (це має бути виключно вибір жінки, і яким би він не був, вона від того не перестає бути повноцінною людиною та членом суспільства). Дослідження Маргарет Мід привели її до висновку, що «багато, якщо не сказати - всі, особистісні якості, які ми позначали як фемінні або маскулінні, так само слабо пов'язані зі статтю, як одяг, манери, зачіски, тобто є зовнішніми і легко змінюваними ознаками, які суспільство в той чи інший момент співвідносить із певною статтю" [14, с. 79].

Російські науковці не бачать різниці між гендерною нерівністю та статевими відмінностями. Вони не бажають бачити, що нав'язування жінці гендерної ролі додатку до чоловіка підкріплювалося силовими владними важелями, які з часів встановлення патріархату були в руках чоловіків. Не жінка це нав'язувала чоловікові, а чоловік жінці. Чому? Якщо людина є повноцінною самодостатньою особистістю, у неї немає необхідності принижувати іншу людину заради власного утвердження. Жінки в європейській цивілізації до 20 ст. були повністю позбавлені політичної та соціальної суб'єктності: вони не мали права голосу і вважалися лише додатком до чоловіків (згідно з Наполеонівським Громадянським кодексом 1804 р. порядком жінка без чоловіка - ніщо, вона не має жодних громадянських прав і не може вважатися повноцінною людиною).

Цікаві висновки зробили на основі соціологічного дослідження у Петербурзі щодо гендерних стереотипів у чоловіків та жінок: «жінки, які спираються в житті на власні сили, з високим рівнем самоактуалізації за шкалою "Підтримка" часто бачать чоловіків "непереконливими", "невпевненими", "неамбітними", "непринциповими". Це відповідає соціальним уявленням про те, що

"сильна", незалежна і самодостатня жінка з віком починає "знецінювати" представників протилежної статі». Висновок цікавий не стільки щодо сприйняття самодостатньою жінкою чоловіків, скільки формулюваннями, в яких імпліцитно присутня та сама гендерна асиметрія – у словосполученні «сильна жінка» прикметник «сильна» взятий у лапки (згідно з правилами російської мови, лапки ставлять тоді, коли слова вживають в особливому / незвичному або іронічному чи умовному значенні значенні); дієслово «знецінювати» має відчутно негативну упереджену конотацію, яка створює специфічний контекст стосовно самодостатньої сильної жінки, яка «знецінює» - асоціативне «недооцінює» або «неправильно оцінює» чоловіків, хоча значно коректнішим і точнішим було формулювання «з віком починає реалістично/тверезо оцінювати представників протилежної статі» [22, с. 62].

Більшість дослідників відзначають емоційно-оціночний характер гендерних стереотипів – вони не бувають емоційно нейтральними. Але проблема гендерних стереотипів полягає у тому, що у маскуліно організованому суспільстві жінці відводиться роль не просто Іншого-Інакшого, але ієрархічно залежного від чоловіка німого/безголосого Іншого. Якщо подивитися чисельні глянцеві журнали, інтернет-ресурси, то там можна знайти безліч статей щодо того, якою повинна бути жінка, щобі подобатися чоловіку; що вона повинна робити, а що категорично не можна у даному контексті, і величезна кількість вимог щодо зовнішнього вигляду жінки та її поведінки. Натомість, статей щодо «правильної» поведінки чоловіка у стосунках з жінкою; що йому необхідно робити, щобі подобатися жінці і далі по списку - взагалі немає. Попри існування чоловічої моди, її вплив на реальне життя більшості чоловіків мінімальний, тоді як жінка зобов'язана слідувати за модними новинками, і що найгірше, вона повинна відповідати модним стандартам не лише в одязі, але й тілесно. Вплив цієї величезної маніпулятивної індустрії на більшість жінок колосальний, тому що намагання відповідати заданим безособовим стандартам забирає у великої кількості жінок значну частину їхнього часу, сил, засобів і, зрештою, життя.

Дослідники у Сполучених Штатах давно помітили цю проблему: після 2-ї Світової війни вона там повстала там на повний зріст, тоді як Україна «наздогнала» США у цій сфері лише після розпаду СРСР. Бетті Фрідан писала: «Образ, що проступає зі сторінок... журналу, - образ молоді та розкутої жінки, майже дитини; легкої та жіночної, пасивної, веселої та задоволеної своїм світом спальні та кухні, сексу, дітей та дому. Журнал, звісно, не обходить стороною секс; єдина пристрасть, єдине прагнення, єдино допустима мета - пошуки чоловіка. Журнал рясніє фотографіями продуктів і їжі, одягу, косметики, меблів і молодих

жіночих тіл, але де ж світ думок та ідей, де духовне життя? Відповідно до образу, який подає журнал, жінки роблять тільки домашню роботу і працюють над тим, щоб зберегти своє тіло красивим, щоб знайти й утримати чоловіка» [21, с. 18]. Тобто, просувається гендерна модель тієї ж нацистської Німеччини з її "кіндер, кюхе, кірхе" / "діти, кухня, церква", хоча відбувалося це не в нацистській Німеччині, а у повоєнній та пізнішій Америці. Б. Фрідан слушно питала, як можемо запитати і ми: «Американським жінкам відкритий весь світ. Так чому ж створюваний журналами жіночий образ не сприймає цей світ? Чому він обмежує жінок тільки "однією пристрасною, однією роллю, одним заняттям"?» [21, с. 19]. У США у 1950-х роках у лікарів навіть з'явився термін "втома домогосподарки", причиною якої за їхнім припущенням могла бути нудьга.

Нав'язування жінці ролі виключно домогосподарки призводить і до низки інших проблем. Так, до подиву викладачів вищих навчальних закладів Америки така тотальна прив'язка жінки до ролі домогосподарки призвела до такої ж тотальної опіки над дітьми, наслідком чого була зростаюча інфантилізація та сповільнене дорослішання дітей (актуальна для багатьох сучасних країн проблема). «"Ми постійно боремося за те, щоб змусити наших студентів стати дорослими", - сказав один із деканів Колумбійського університету» [21, с. 13].

Така ситуація викликала проблеми і в інтимній сфері, про що Б. Фрідан чула від багатьох лікарів: "Ми перетворили жінку на якусь сексуальну істоту, - сказала психолог-консультант клініки сім'ї та шлюбу Маргарет Зангер. - Жінка відчуває себе тільки дружиною і матір'ю. Вона нічого про себе не знає. Цілий день вона чекає чоловіка вдома, щоб уночі знову відчути себе живою. А це вже не цікаво чоловікові. Адже жахливо, що жінка лежить і чекає, коли він змусить її відчути себе живою» [21, с. 13]. Одна з респонденток Фрідан описала ситуацію стисло, але дуже точно: «"Річ у тім, що я завжди або мати своїх дітей, або дружина священника і ніколи не буваю сама собою» [21, с. 14].

Ця проблема сильно загострюється тим, що всі гендерні асиметричні диспозиції вкарбовані у мову, завдяки чому вони легко засвоюються. І проблема тут симетрично-дзеркальна і актуальна як для жінок, так і для чоловіків. Нав'язані через мову гендерні диспозиції і невідповідність їх реальному положенню справ призводить до проблем як у міжособистісних стосунках, так і до труднощів у особистісному розвитку і жінок, і чоловіків. «Лінгво-культурологічний простір здійснює диктат по відношенню не тільки до жінки, а й до чоловіка, ігноруючи їхні особистісні якості, бажання, прагнення та формуючи стандартизовані уявлення про моделі поведінки й риси характеру, що відповідають поняттям "чоловіче" та "жіноче"...» [4, с. 16; 5, с. 171-176].

Цікаво, що більшість приказок стосується жінок. Переважно вони говорять про їхнє місце у домашньому господарстві, а також про жіночий розум та вдачу, причому оцінки розуму найчастіше мають відверту зневажливу конотацію: «Бабі дорога - від печі до порога; У баб та у п'яних сльози дешеві; Кобила не кінь, баба не людина; Я думав, ідуть двоє, ан мужик із бабою; Баба, що мішок: що покладеш, те й несе; Волосся довге, та розум короткий; Баба та бісеня - одна у них вага; Куди чорт не встигне, туди бабу пошле; Бабин язик, куди не завались, дістане; Бабин розум - бабине коромисло: і криве, і зарубисте, і на обидва кінці; Баба марить, та чорт їй вірить; Де баба, там ринок; де дві, там базар». Якщо подивитися на чисельні анекдоти щодо жінок, то добре помітна разюча диспропорція між кількістю анекдотів щодо тещі та свекрухи: майже всі вони стосуються саме тещі, тож питання щодо їхнього джерела риторичне.

У словнику гендерних термінів є влучне, функціонально обґрунтоване визначення механізму формування та функціонування гендеру: «Гендер є результатом, або наслідком багаторазових перформативних дій (performative acts), здійснених у певному культурному контексті, а видимість його природності створюється цим багаторазовим повторенням» [1].

У культовій пісні Джеймса Брауна і Бетті Джині Ньюсом "It's a Man's Man's Man's World" 1966 р. йдеться про те, що цей світ є чоловічим. І хоча за цей час відбулися помітні зміни у гендерній диспозиції, але світ продовжує залишатися маскуліним, а маскулінізм - це «певний безособовий регулятор людських стосунків за допомогою силових методів» [5, с. 171-176]. Отже, це знову повертає нас до Держави, яка формує гендерну політику у відповідності до своїх інтересів.

Список використаних джерел:

Барчунова Т. Словарь гендерных терминов. – М.: Информация–XXI век, 2002.

де Бовуар С. Второй пол. М.-СПб: АО «Прогресс», 1997.

Булавина Т. Гендерная проблематика в психологии. Женщины-психологи о женской психологии. URL: <http://www.owl.ru/win/books/articles/bulavina.htm> (дата звернення: 03.03.2022).]

Воронина О., Клименкова Т. Гендер и культура // Женщины и социальная политика. – М., 1992.

Габриэлян Н. Всплывающая Атлантида (медитация на тему феминизма) . Общественные науки и современность. 1993. № 6. С. 171-176.

Геодакян В. Теория дифференциации полов в проблемах человека // Человек в системе наук. – М., "Наука", 1989. – С. 184-185.

Геодакян В. Эволюционная теория пола // Природа. – 1991. – № 8. – С. 60-69.

Гомер. Илиада. Пер. с древнегреч. Н. Гнедича. – М., 1985.

Грейвс Р. Мифы Древней Греции. – М.: Прогресс, 1992.

Демоз Л. Психоистория. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2000.

Иванов В. Дионис и прадионисийство. – СПб.: Алетейя, 1994.

Иванов В. Древний ужас // По звездам: статьи и афоризмы. – СПб: Изд-во «Оры», 1909.

Мень А. Дионис, Логос, Судьба. Греческая религия и философия от эпохи колонизации до Александра // История религий. т. 4 – URL: www.lib.ru/HRISTIAN/MEN/4_tom.txt

Мид М. Мужское и женское: исследование полового вопроса в меняющемся мире. М.: РОССПЭН, 2004.

Платон. Пир // Диалоги Платона. URL: psylib.org.ua/books/plato01/20pir.htm –191с, 192а; Федр. Диалоги Платона. – URL: odinblago.ru/platon_4/fedr – 251с, 253b, 265с.

Райх В. Психология масс и фашизм. URL: www.koob.ru

Розенберг А. Миф XX века. – URL: royallib.com/book/rozenberg_alfred/mif_hh_veka.html

Рябова Т. Этничность как фактор вариативности гендерных стереотипов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009. – № 1. – С. 317–323.

Свасьян К. Ницше или Как становятся Богом (Две вариации на одну судьбу). – URL: www.nietzsche.ru/biograf/analiz/svasian/?curPos=1.

Субботина Н. Естественные основания различий в характере и социальном поведении мужчины и женщины // Гуманитарный вектор. – 2022. – Т. 17. – № 2. – С. 35-46

Фридан Б. Загадка женственности. Москва: Прогресс, Литера, 1994

Чикер В., Почебут Л. Гендерные стереотипы межличностного восприятия // Петербургский психологический журнал. – 2017. – №18. – С. 47-74.

Эсхил. Орестея. Жертва у гроба . Пер. С. Соловьева и В. Нилендера. – М., 1948.

Schneider D. The Psychology of Stereotyping. New York, London: The Guildford Press, 2004.

ГЛУШКО М. І.

викладачка кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв, м.Львів, Україна

ПРЕЗЕНТАЦІЯ МИСТЕЦЬКИХ ВИДАНЬ У ГАЛЕРЕЇ ЛНАМ 2015-2023 РР.

Галерея ЛНАМ – це мистецький простір, концепція діяльності якого полягає у підтримці молодого покоління художників, надання їм можливості отримати свій перший виставковий досвід і представити роботи на огляд широкому загалу. Сучасно обладнана галерея, як підрозділ Львівської національної академії мистецтв, заснована у 2015 році як своєрідний «інкубатор» для авторських проєктів студентів та випускників Академії. Як зазначили куратори простору, начальник відділу видавництва та інформації ЛНАМ (сьогодні відділ комунікації та виставкової діяльності) Юрій Новачинський та провідний фахівець з виставкової діяльності Анна Єфімова у каталозі, виданому в 2020 році до п'ятиріччя діяльності рамках проєкту «Комунікаційна кампанія галереї ЛНАМ» (за підтримки УКФ): «Жодних жанрових, стилістичних чи інших обмежень до творчих реалізацій! Основне наше завдання – створити максимально комфортну платформу для втілення ідей молодого покоління» [1, С. 10].

Кандидат мистецтвознавства Анна Єфімова також наголошує, що крім виставок відбуваються й інші мистецькі акції: перформанси музичні та поетичні вечори, театральні вистави, кінопокази, лекції, творчі зустрічі, фешн-шоу тощо, в тому числі і презентації мистецьких видань [2, С. 20].

Доктор мистецтвознавства, професор ЛНАМ Роман Яців стверджує, що галерея має перевагу над іншими виставковими майданчиками ще й тим, що вернісажі, презентації чи інші форми естетичної (інтелектуальної) комунікації є елементом виховного процесу, але вже у вищому – елітарно-професійному форматі [5, С. 132].

Проаналізувавши діяльність галереї ЛНАМ 2015-2023 рр. в контексті презентації мистецьких видань, можемо з впевненістю стверджувати, що команда простору через організацію відповідних заходів та співпрацю з видавництвами підтримує розвиток даної сфери та створює сприятливі умови для читання серед цільової аудиторії, активно використовуючи при цьому наявні сторінки у соціальних мережах [4] та офіційний сайт ЛНАМ [3].

До прикладу, у 2018 році відбулася низка презентацій мистецьких видань, авторами чи упорядниками яких були викладачі та

професори ЛНАМ. Варта уваги презентація альбому творів Івана Самотоса, яку модерував професор Роман Яців. Окрім розповіді про книгу, відвідувачам заходу представлено відеоряд від Василя Глинчака та музичний супровід ансамблю «Високий замок».

Під час презентації книжки «Карло Звіринський. Все мое малярство – то молитва» подано спогади, інтерв'ю, роздуми, статті. У презентованій книжці вперше опубліковано частину систематизованого рукописного архіву педагога, митця, іконописця К. Звіринського. Також вміщено інтерв'ю з художником, його вірші, репродукції картин тощо. Упорядник видання – Христина Звіринська-Чабан.

В рамках експонування виставкового проекту «Сучасне декоративне мистецтво: молода генерація» у 2018 році представлено альбом «Сучасна українська кераміка» (автори-упорядники: Орест Голубець, Олеся Дворак-Галік, Володимир Хижинський). У передмові до видання доктор мистецтвознавства, професор Орест Голубець зазначає: «В цьому виданні представлена вагома частка креативного доробку молодішої генерації українських керамістів. Кожен з них іде своїм шляхом, дотримується власних уподобань, образних ходів та виражальних засобів».

В 2019 році відбулася презентація третього тому Антології української теоретичної думки ХХ століття «Ідеї, смисли, інтерпретації образотворчого мистецтва», упорядником якої став Роман Яців. В антології зібрана колекція текстів про різні виміри мистецьких практик українських художників, мистецтвознавців, культурологів, етнопсихологів, істориків, соціологів минулого і сучасності. У трьох томах, які були представлені на презентації, подано судження про авторські концепції творчості визначних сучасних львівських мистців, а також представників мистецьких середовищ Києва, Одеси, Харкова, Чернівців, зарубіжних країн, в яких функціонує мистецька комунікація поміж українцями. Праця рекомендується для викладачів і студентів спеціалізованих мистецьких закладів освіти.

В 2021 році доктор мистецтвознавства Василь Косів презентував навчальний посібник «Магістерська робота з графічного дизайну: 100 вимог і порад». В навчальному посібнику з підготовки й захисту дипломної роботи на здобуття освітнього рівня магістра для студентів спеціальності 022 «Дизайн», спеціалізації «Графічний дизайн» висвітлено відповіді на низку важливих питань, якими задаються студенти. Це перше видання в історії сучасної української дизайн-освіти, що стало практичним poradником для студентів, викладачів, дипломних керівників. Крім вимог, у виданні зібрані рекомендації та підказки щодо всіх етапів магістерської роботи.

«Видавництво Старого Лева» у 2018 році презентували книгу Данила Ільницького «Антонич від А до Я» рік видання – 2017), яка містить ілюстрації Стецькович Людмили та Стецьковича Володимир. «Хочемо розповісти про фантастично сонячного письменника – Богдана Ігоря Антонича. Про те, як він був маленьким, на що дивився, чим займався, як виховувався і що було для нього важливим. А також про його дивовижне вміння – навіть подорослішавши, залишатися дитиною, «дітваком із сонцем у кишені» – зазначили організатори.

Окрім мистецьких видань, у 2017 році в згаданому просторі презентовано книгу **Романа Зіненка «Іловайський щоденник»**. Автор книги був серед тих, хто опинився в пеклі Іловайська в серпні 2014-го, і не тільки вижив, а й допоміг вибратися з «котла» своїм товаришам, зокрема й тяжкопораним. Це чесна і відверта книжка, написана безпосереднім учасником подій. Розповідь про маловідомі події в оточеному Іловайську та вихід бійців «кривавим коридором» дозволяє читачеві пережити разом з українськими солдатами одну з найтрагічніших сторінок в історії сучасної України.

Плідною була співпраця галереї ЛНАМ з відомим українським видавництвом «ARTHUSS», яке спеціалізується на випуску фахової та високоякісної мистецької книги. Команда галереї на сторінці у соціальній мережі Instagram різними методами заохочувала студентів та працівників Академії, а також відвідувачів виставок до ознайомлення та читання цих видань. Зокрема, було проведено низку заходів – тематичні публікації, презентації, розіграші, подарунки тощо.

Одним із перших був розіграш в 2019 році перекладеної у видавництві книги Майкла Берда «100 ідей, що змінили мистецтво». Фахівці відділу напрацювали механіку розіграшу, яка включала обов'язкові умови: читач повинен бути підписаним на сторінки //gallery_lnam та //art.huss, вподобати допис, здійснити поширення публікації в історії і відзначити позначками вищезазначені профілі. У приватні повідомлення учасник отримував порядковий номер, який брав участь при виборі переможця в рандомному порядку за допомогою спеціального онлайн-сервісу. Переможець отримав книгу особисто у галереї ЛНАМ.

Для натхнення та мотивації у період пандемії Covid-19 спільно з видавництвом «ArtHuss» у 2020 році проведено два розіграші. Першою взяла участь книга «Як стати успішним ілюстратором», в якій подано практичні поради та приклади з кар'єри відомих ілюстраторів, які допоможуть початківцям зробити перший крок та стануть корисним довідником для професіоналів. Друга книга – «Сила коміксів», яка розкриває феномен коміксу не просто як лінії на папері, а як барометра часу та дзеркала культури. Досвід першого конкурсу дозволив

використати ідентичну механіку проведення розіграшу, відмінність полягала лише в інструменті оголошення переможця – в даному випадку застосовано формат історії.

Слід також згадати інший формат просування мистецьких видань на каналах комунікації галереї – «Книга у подарунок» за кращий магістерський дипломний проєкт 2019 року на думку читачів. Цільова аудиторія галереї мала змогу самостійно обрати диплом, який вразив, надихнув чи змусив замислитись. Механіка доволі проста: написати або відзначити сторінку автора роботи в коментарях під публікацією довільну кількість разів. Десять робіт додано у публікації, більше представлено у збережених історіях, а посилання на перелік студентів додано до опису профілю. Автор роботи, яку згадали найбільшу кількість разів, отримав книгу від видавництва «ARTHUSS». Адже, як зазначили автори публікації: «Книги про мистецтво – це святе».

Окрім фахових мистецьких видань, галерея ЛНАМ стала місцем для презентації низки мистецьких газет, журналів і часописів, зокрема мистецького альманаху «A-Zart» та газети «Esthete». У 2016 році у галереї ЛНАМ відбулась презентація #5 випуску мистецького альманаху «A-Zart». Темою номера був огляд «молодого мистецтва» України станом на 2016 рік. Як зазначила головний редактор видання Наталія Космолінська: «Як і де сьогодні стають художниками, а головне для чого? Хто вони, сучасні молоді художники в Україні, що їх цікавить, що хвилює, чого вони хочуть і як цього досягти – у 5-му числі A-Zart».

У грудні 2018 року галерея ЛНАМ проводила тиждень лекцій і мистецьких зустрічей, де відвідувач міг відкрити для себе нові і маловідомі практики, ознайомитися із історичний дискурсом окремих явищ, тенденціями та актуальними проблемами культурно-мистецького процесу сьогодення. Кожен зміг почерпнути професійну, інноваційну та унікальну інформацію. Серед спікерів були і представники газети «Esthete», які презентували видання і розповіли детально про ідею проєкту, контент видання, роботу команди тощо. Газета «Esthete» у 2020 році опублікувала на сторінках статтю про галерею ЛНАМ, два примірники якого було виставлено на конкурс.

Слід відзначити також багаторічну практику презентації в приміщенні галереї арт-буків студентів кафедри графічного дизайну ЛНАМ, серед яких можемо згадати проєкт «INSIDE» Юлії Зозулі – візуальна розповідь про оголених людей в одному човні, що «діють» по-різному опинившись поза зоною комфорту та оголивши свої страхи та слабкості; проєкт «Не жіноча справа» Ірини Баранової – книга про українських жінок, про боротьбу з стереотипами та дискримінацією;

арт-бук «Я живу...» Юлії Ганик, присвячений музиканту Кузьмі Скрябіну з ілюстраціями та текстами його пісень.

Висновки. За період діяльності галерея ЛНАМ сформувала власну підбірку мистецьких видань, які кожен відвідувач має змогу прочитати у залах чи взяти їх на ознайомлення із собою. Про це знаходимо інформацію у публікаціях в соціальних мережах Instagram та Facebook. До колекції бібліотеки галереї увійшли періодичні видання – газета «ESTHETE», журнал «7UA», журнал «Образотворче мистецтво», книги – «Світовий атлас вуличного мистецтва», «Не бійтесь галерей», «Візуальна культура», «45 татуювань менеджера», спецпроект «Contemporary art» від Ощадбанку, «Довідник української моди», низка монографій, каталогів, альбомів відомих українських митців, таких як Андрій Бокотей, Галина Стельмашук, Роман Яців, Орест Голубець, Володимир Одрехівський, Іван Микитюк, Володимир Сидоренко та інші видання на мистецьку тематику.

Зважаючи на вищеподаний матеріал, можемо стверджувати, що галерея ЛНАМ, окрім головної мети простору – виставкова діяльність, відгукується на звернення авторів мистецьких книг, представників видавництва в контексті проведення презентацій їх здобутків, що сприяє їх промоції, а також проявляє власну ініціативу для популяризації читання серед широкого кола цільових аудиторій.

Список використаних джерел:

1. Єфімова А., Новачинський Ю. Від галереї. Каталог до 5-річчя галереї ЛНАМ. «КолірПРО», Львів, с. 143 URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/tvorchist/galleryLNAM/Catalogue_GalleryLNAA_UCF_compressed.pdf (дата звернення: 05.03.2023)

2. Єфімова, А. В. Проект «Комунікаційна кампанія галереї ЛНАМ»: промоція діяльності молодіжного арт-простору в реаліях 2020 року. Культурологічний альманах. МОН України, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Випуск 1. С. 20-22. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/43323/Yefimova.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 12.02.2023)

3. Офіційний сайт Львівської національної академії мистецтв URL: <https://lnam.edu.ua> (дата звернення: 05.02.2023)

4. Офіційна сторінка Галереї ЛНАМ в Instagram. URL: https://www.instagram.com/gallery_lnam (дата звернення: 10.02.2023)

5. Яців Р. М. Думки мистецтвознавців. Каталог до 5-річчя галереї ЛНАМ. «КолірПРО», Львів, с. 143.

ДАЦКО А.Р.

Студентка ОП «Менеджмент мистецтва»
Львівської національної академії мистецтв, м. Львів, Україна

**КОНКУРС СТАРТАПІВ BIG IDEA CHALLENGE :
ДОСВІД СТУДЕНТІВ ЛЬВІВСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ
АКАДЕМІЇ МИСТЕЦТВ**

Сучасний світ ставить перед здобувачами освіти низку викликів. які, передусім, пов'язані з пошуком свого місця в реальному світі та економічних відносинах. Фактично здобуті знання та вміння під час навчання треба апробувати на практиці, оцінюючи їхню реалістичність та ринкові перспективи. Для запобігання значній частці невдач підприємців - початківців, багато закладів освіти створюють креативні хаби, бізнес-інкубатори, які плекають стартапи, поки вони не будуть готові самостійно функціонувати в реальних ринкових умовах. Існує багато різних типів інкубаторів, і хоча ефективність їх, окремі дослідники вказують, що вони досягають успіху в одній зі своїх основних цілей, оскільки стартапи, які починаються в інкубаторах, мають вищий рівень виживання у порівнянні з неінкубаторськими проектами [1].

Саме тому в багатьох закладах освіти запроваджено практику бізнес-інкубаторів, конкурсу стартапів, креативних хабів, комерційних лабораторій та ін. [2], в межах яких молоді люди, які мають креативні ідеї, можуть протестувати власні ідеї та оцінити їхні ринкові перспективи.

Для більшості закладів вищої освіти розвиток подібних ініціатив стартував порівно недавно – близько 10-15 років тому, тоді як у мистецьких закладах освіти таких осередків часто взагалі немає.

Значною мірою відсутність подібних креативних центрів орієнтованих на розвиток підприємництва та тестування бізнес-ідей не розвивалися в закладах мистецької освіти з кількох причин:

- стереотипність неприбутковості сфери культури та мистецтва;
- невеликий масштаб, недостатність матеріальних, кадрових та інформаційних ресурсів стимулювання таких центрів;
- недостатність досвіду самих викладачів мистецьких ЗВО у бізнес-практиках, що не дозволяє викладачам ділитися досвідом, якого більшість з них самі не мають.

Саме тому ініціативи грантових програм, міжнародних партнерів стали перспективним майданчиком для тестування моделей бізнес-інкубаторів на базі закладів вищої освіти.

Однією з перших запровадила конкурси стартапів в Україні Британська рада, яка в межах реалізовуваних програм передбачила також і кілька спеціалізованих конкурсів стартапів для студентів

Для студентів важливим є практична апробація творчих ідей та компетенцій, які вони здобувають в процесі навчання. Серед таких проєктів творчого самовираження спільно з апробацією цих ідей на предмет їх підприємницької перспективності є конкурс стартапів «Big idea challenge» в межах програми «Креативний спалах» (Creative spark) від Британської ради. Цей конкурс проводиться щорічно з 2019-по 2022 рік одночасно для 7 країн, у тому числі 6 країн Східного партнерства, залучаючи до участі у конкурсі пріоритетно студентів закладів освіти. Формат цього конкурсу - міжнародний корпоративний конкурс відеопітчів, спрямований на покращення обізнаності та навичок підприємництва для бенефіціарів [3]. В межах конкурсу учасники (як індивідуальні так і команди презентували влансні ідеї

Серед студентів та випускників кафедри менеджменту мистецтва впродовж існування конкурсу взяли участь низка команд, які репрезентували цікаві ідеї. Серед таких стартапів слід виокремити:

- Команда Тараса Кузняка та Олександри Вдовіної (2021 р.) [4]. з проєктом «БРУА - візьми унікальність» . «Бруа» - це молодий український ювелірний бренд, який спеціалізується на виробництві авторських ювелірних прикрас, і пропонує переважно срібні та позолочені вироби без інкрустації, ручної роботи, особливістю яких є сучасний неповторний дизайн, гра та різноманітність форм, які виробляються в одному екземплярі чи малими серіями. Наприклад даблперстені у формі обтічних пазлів, перстні у формі стилізованих облич, прототипів вулканічної лави та інші. Авторські конструкції, які створюють унікальним авторськими інструментами, глибина, багатогранність та різноманітність форм створюють використанням авторських технік. Слід зазначити, що бренд Бруа, не зважаючи на те, що не став переможцем конкурсу стартапів, успішно розвивається й сьогодні.

- Команда Ярослава Височанського та Ярослава Согора (2021 р.) з проєктом «Нитка», який базований на ідеї актуалізації історичної військової форми з колекції, зібраної Богуславом Любівим у приватному музеї. Адже військові однострої відображають історію кількох епох. І важливо, щоб люди вивчали історію в особах, розуміли її значення. Тому популяризація історії через зрозумілі та доступні форми, у той же час розвиваючи сегмент сувенірної продукції на базі Музей українських військових одностроїв , що забезпечить джерела фінансування та розвитку музею, у той же час популяризує історико-культурні надбання.

- Адріана Дацко (авторка тез) з проєктом, який передбачав переробку використаних пластикових пляшок на іграшки та декорації для фотозон, дитячих свят, івент-агенцій та ін. Власне авторська концепція декорування перероблених пляшок та творчих підхід

сформували особливість цього проєкту. Причому використання таких виробів можливе багаторазове;

- Команда Марти Іськів та Микити Шандиби (2021 р.) з проєктом «Некіу» [5]. Ідеєю проєкту стала популяризація фраз, які записані від українських воїнів російсько-української війни на передовій, і надруковані на мерчі (футболках, кепках та ін.), зі зазначенням псевдоніму автора фрази. Ця ідея, не зважаючи на простоту, увійшла до переліку фіналістів конкурсу у 2021 році з номінації соціальних проєктів. Цей проєкт став одним з найпопулярніших серед громадськості, про нього написала низка ЗМІ [6].

Загалом участь у конкурсі Big idea challenge стала для студентів та випускників кафедри менеджменту мистецтва стимулюючим чинником аналізу їхніх проєктів, ринкових можливостей впевненості у власному потенціалі. Для Львівської національної академії мистецтв участь її студентів у конкурсах стартапів дозволяє вдосконалити методичний базис вивчення підприємництва, розвивати дуальну освіту та адаптувати студентів до реальних ринкових умов ще на етапі навчання.

Очевидно, що подібні конкурси слід організовувати у мистецьких закладах вищої освіти, і зокрема у ЛНАМ на постійній основі. Також доцільно розвивати інноваційну інфраструктуру розвитку підприємництва, зокрема креативний хаб академії, який за якісної співпраці з Британською радою в Україні, проєктами Креативної Європи, ООН та інших програм, які підтримують розвиток креативного підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Bennett, Dag & Yabar, Diana & Saura, José. (2017). University Incubators May Be Socially Valuable, but How Effective Are They? A Case Study on Business Incubators at Universities. 10.1007/978-3-319-47949-1_11.
2. Redouane, Adel & Zouhayer, R. (2022). The role of university business incubators in supporting entrepreneurship in Algeria Case study of business incubator -El-Oued University.
3. Creative Spark Big Idea Challenge URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/education/creative-spark/big-idea-challenge>.
4. Kuznyak T.& Vdovina O. (2021) Brua. Take the uniqueness URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jk1gYL8pm-Q>.
5. Проєкт Nekiy. URL: <https://creativespark-bigidea.uk/voted-for-idea-69>.
6. Львів'ян закликають підтримати проєкт «Некіу» про воїнів АТО/ООС. Forpost. Четвер, 15 липня 2021 URL: <https://forpost.lviv.ua/novyny/39642-lvivian-zaklykaiut-pidtrymaty-proekt-nekiy-pro-voiviv-ato-oos-video>.

ДАЦКО О.І.

д.е.н. доцентка, завідувачка кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
м. Львів, Україна

ФІНАНСУВАННЯ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ ВІЙНИ : ЯК ПОДОЛАТИ ЗАЛИШКОВИЙ ПРИНЦИП

На даний час значна увага прикута до ефективності використання публічних ресурсів. Особливо зріс інтерес фахівців та громадськості до належної підтримки та фінансування проєктів щодо якісної підтримки культури. Адже в умовах російсько-української війни, яку формально розпочали з культурних причин (захист російської мови на території України), розвиток національної культури та формування національної ідентичності має стратегічне та державотворче значення.

Загалом у світі відбувається переосмислення значення та ролі культури в суспільному розвитку, ООН та багато держав здійснюють перегляд національних політик, визнаючи, що неврахування важливої ролі культури зумовлює деформований розвиток, не забезпечує належної основи прогресу. У звіті «Culture as a goal in the post-2015 development agenda» визначено, культура є чинником сталого розвитку через конкретний вплив, які вона має, зокрема як капітал знань і сектор діяльності, що забезпечує інклюзивний, соціальний та економічний розвиток, екологічну стійкість, гармонію, мир та безпеку. Культурні ресурси, такі як матеріальна та нематеріальна спадщина, мистецтво, форми культурного самовираження, є важливими елементами для розвитку людей і спільнот:

- Культура стимулює економічний розвиток: завдяки культурі створюються доходи та робочі місця, вона є рушієм багатьох процесів розвитку та впливає на підприємництво, нові технології та туризм. Культура привносить в економіку креативність та інновації.

- Культура пов'язана із соціальним виміром: вона надає інструменти для боротьби з бідністю, розширює потенціал і можливості вразливих груп, прискорює стійкість і вкорінення, забезпечує участь громадян, розширення можливостей громади, сприяє міжкультурному діалогу, вирішенню конфліктів і рівність прав.

- Культура охоплює екологічний вимір, оскільки культурне та природне різноманіття нерозривно пов'язані та розвивалися разом. Культура пояснює ідентичність із землею та місцем і підвищує обізнаність про екологічну відповідальність [1].

Слід зазначити, що дуже істотно вплинули на потенціал закладів культури форс-мажорні виклики останніх років, сектор культури та креативних індустрій став найчутливішим до кризи, зумовленої пандемією COVID-19 [5], і падіння обсягів виробництва та експорту цього сегменту, і найбільше на цей сектор повпливало повномасштабне вторгнення росії в Україну, яке відбулося в лютому 2022 року. Що ще більше дозволило маргіналізувати витрати на культуру в бюджетах всіх рівнів, аргументуючи необхідність перерозподілу коштів з фінансування культури на воєнні потреби.

Очевидно, що врахування важливої ролі культури в формуванні стратегічних пріоритетів як державного розвитку, так і місцевих громад передбачає відповідні гарантії фінансування культури. Втім в Україні такі норми не є чітко зафіксованими ні в законодавстві про державний бюджет, ні в локальних нормативних актах місцевих громад. Відсутність такого нормування дозволяє маргіналізувати витрати на культуру, і переважно в Україні фінансування цього сектора здійснюється за залишковим принципом. Відтак для більшості територіальних громад у бюджеті розвитку взагалі не виділяють кошти на фінансування культури, обмежуючись лише обов'язковими витратами на утримання культурної інфраструктури (заробітні плати працівників комунальних закладів культури та оплата комунальних послуг).

Загальні витрати на культуру за останні роки у розрізі бюджетного фінансування наведені на рис. 1.

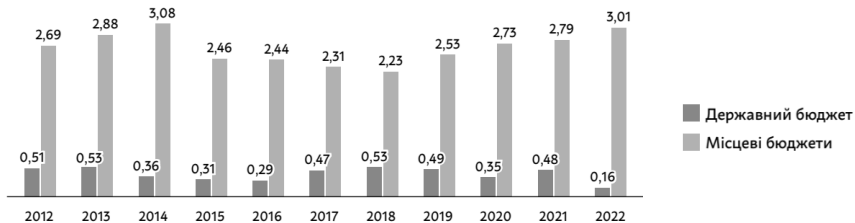


Рис. 1 Частка фактичних видатків на культуру у розрізі державного та місцевих бюджету України за 2012-2022 рр, %.

Джерело: [2].

Очевидно, що частка видатків на культуру є значно нижчою, як в розвинених державах, а в окремих громадах таких видатків немає взагалі [2-4]. Втім, навіть незважаючи на війну, частка видатків на культуру у місцевих бюджетах у 2022 році зросла і склала найвищий показник частки публічних ресурсів, витрачених на культуру за час війни в Україні сягнула 2022 р. 3,01 %.

Втім, якщо проаналізувати абсолютні показники цих видатків - загальна сума істотно зменшилася у 2022 році, у зв'язку з війною, і склала 4288,3 млн грн, тоді як місцеві бюджети витратили 14640,7 млн грн. (табл.1).

Таблиця 1

Фактичні видатки на сектор культури та мистецтва з публічних бюджетів України в 2020-2022 рр.

Група	Видатки за КФКВК 0820 «Культура та мистецтво», млн. грн			Частка видатків за КФКВК 0820 «Культура та мистецтво», у структурі видатків, %		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Державний бюджет	4 553,6	7121,6	4288,3	0,35	0,48	0,16
Місцеві бюджети	14105,8	16655,1	14640,7	2,75	2,79	3,01

Джерело: [2]

Зростання частки видатків місцевих бюджетів пов'язана не стільки з інвестуванням у розвиток культури, скільки з передачею з балансу держави до місцевих громад закладів культурної інфраструктури: бібліотек, закладів фахової передвищої освіти, художніх шкіл та ін., що було зроблено в межах реформи місцевого самоврядування, яку розпочали 2016 року [6]. Як свідчить аналіз наслідків таких реформ: фактично з обов'язками утримувати заклади культури, місцевим громадам не було передано ресурсів для такого фінансування (податків), і далі значною мірою перерозподіляються через державний бюджет та скеровуються через обласні, районні та місцеві бюджети у вигляд субвенцій. У зв'язку з цим з 2016-2017 років спостерігається значне скорочення культурної мережі в Україні, особливо у невеликих громадах, які неспроможні утримувати заклади культури самотужки. Адже значна частина мали громад понад 80 % наявних у них ресурсів видає на утримання органів влади, і на розвиток таких громад найчастіше коштів в бюджетах не залишається.

Щоб не демонструвати плачевні наслідки такого скорочення мережі закладів культури, на сайті Державної служби статистики не оприлюднюють дані про таку мережу з 2017 року, таким чином народ не має змоги побачити реальні наслідки проведених реформ, які не забезпечили кращої реалізації культурних прав та свобод, натомість призвели до ліквідації великої кількості закладів культури.

Аналізуючи видаткову частину бюджетів місцевих громад, можемо стверджувати, що більшість видатків на культуру

скеровуються в структурі загального бюджету на утримання закладів. У той же час в бюджетах розвитку більшість територіальних громад не закладають коштів на розвиток культури, оскільки не мають таких ресурсів. Відтак, говорячи про бюджетне забезпечення розвитку культури, слід також аналізувати джерела доходів територіальних громад, які штучно занижені через виведення з податкового обігу значної частки національного багатства [6].

Також важливо відзначити, що в умовах повномасштабного вторгнення Урядом передбачено секвестр бюджету, яким значну частку бюджетних видатків були перескеровані на воєнні потреби. Аналіз цього перерозподілу засвідчує, що найперше кошти перерозподілялися з видатків на культуру, фактично засвідчуючи дещо маргінальне уявлення про значення та роль культури, особливо в умовах війни [7].

Досить обмежене застосовують територіальні громади України можливості додаткового залучення ресурсів зі зовнішніх джерел фінансування, зокрема грантових програм. Значною мірою така обмеженість зумовлені двома причинами: відсутність на місцях досвідчених менеджерів культури, які спроможні заповнювати та подавати такі заявки, а також необхідність залучати співфінансування з місцевих бюджетів для реалізації таких проєктів. Часто громади не розуміють потенціалу, який дає порівняно невелике співфінансування з місцевих бюджетів для стимулювання локального розвитку загалом, тому відмовляються від реалізації грантових програм ще на етапі оцінки можливостей участі в них.

Важливими інструментом стратегії не лише виживаності культурних інституцій, але і забезпечення їх розвитку є якісне планування видатків розвитку місцевих громад, зокрема затвердження бюджетної декларації (резолуції), в якій слід передбачати мінімальну частку видатків на розвиток культури громади. Так, у багатьох розвинених державах мінімальна частка видатків на культуру передбачається не лише в бюджетних резолюціях, але й в статутах територіальних громад. Наприклад багато гмін Польщі передбачають мінімальну частку видатків розвитку на культуру у обсязі не менше 5-10 %.

Відтак основними рекомендаціями, як мають лягти в основу розвитку якісних практик розвитку культури та подолання залишкового принципу фінансування є:

1. Встановлення мінімального відсотку видатків на культуру в бюджетах розвитку та у статутах територіальних громад – такий інструмент дозволить уникати маргіналізації культури при реалізації програм розвитку.

2. Розвиток фандрайзингу для культури, у тому числі через залучення фінансування міжнародних грантових програм (Creative Europe, House of Europe, British Council, Goethe institute, Interreg та ін.).

3. Розширення бази оподаткування через належний облік та розвиток культури власності, у тому числі встановивши відсоток одержаних додатково податків, які скеровувати на розвиток культури.

4. Підвищувати рівень розуміння значення культури для місцевих громад через заходи просвітництва та залучення якнайширшого кола місцевих стейкхолдерів до розвитку культури.

Список використаних джерел:

1. «Culture as a goal in the post-2015 development agenda». URL: https://agenda21culture.net/sites/default/files/files/pages/advocacy-page/culture-as-goal_eng.pdf. (дата звернення 14 травня 2023 р.)

2. Стан фінансування культури та мистецтва з місцевих бюджетів у 2022 році: основні тенденції. Аналітичний звіт. URL: https://hromady.org/wp-content/uploads/2023/08/Аналітичний-звіт_ver-2.pdf (дата звернення 20 травня 2023 р.)

3. Культура. Статистична інформація. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>. дата звернення 20 травня 2023 р.).

4. Leveraging cultural and creative sectors for development in the European Union outermost regions. OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/950f214a-en.pdf?expires=1704175125&id=id&accname=guest&checksum=725E990CA8BB6F5601BE750679E266E8>.

5. Creative economy outlook 2022, UNCTAD (2022) URL: https://unctad.org/system/files/officialdocument/ditctsce2022d1_en.pdf.

6. Дацко О. І. Забезпечення економічної безпеки України: соціально-гуманітарний вимір. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Зі спеціальності. Львів. ЛТЕУ, 2021. 636 с. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Aspiranтура/Rady/Spec_vchena_rada/Dysertacii/2021_04/Datsko_Disert.pdf.

7. Кабмін перерозподілив понад 70 мільярдів на війну: деталі. Економічна правда. 3 квітня 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/3/685148>.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТВОРЧОСТІ ШЕКСПІРА ДЛЯ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Творчість Вільяма Шекспіра є актуальною з моменту її суспільного визнання. Шекспір по праву вважається одним з провідних класиків світової літератури, а підняті ним питання та проблеми є актуальними і в сьогоденні. Питання любові, жіночої емансипації, смерті так чи інакше торкається нас, а отже є актуальними для сьогодення.

Підтвердженням того, що творчість Шекспіра є актуальною і на даний час засвідчується ще й тим, що його п'єси ставлять театри у більшості країн світу, по новому інтерпретуючи цю творчість. Постановники по-новому подають шекспірівські твори, а новітні постановки викликають зацікавлення не тільки дорослих, а й молоді. Спадщина Шекспіра, без перебільшення, колосальна: його твори перекладено понад 100 мовами, їх вивчає половина школярів усього світу. Один з його сучасників Бен Джонсон казав: “Шекспір немає віку — він поза часом”. Він живе сьогодні в нашій мові, культурі й суспільстві, впливає на освіту й виховання [1].

У 2023 р. Відзначають вихід у світ першого друкованого видання В.Шекспіра, а в 2024 році святкуватимуть 460-ліття від дня його народження. Попри активних розвиток сучасної літератури, театру, Шекспір є одним з улюблених авторів, чії твори екранізують та ставлять на театральних сценах. Однак масове засилля сучасного медіаконтенту очевидно знижує рівень зацікавленості творчістю В.Шекспіра серед молоді. Зрештою причини зацікавлення сучасних поціновувачів культурних практик творчістю В.Шекспіра та творчими проектами на основі його творів є недостатньо дослідженим.

Тому метою дослідження є: виявити причини зацікавленості творчістю Шекспіра серед сучасної молоді м.Львова.

На даний час творчість В. Шекспіра популяризують через кінопостановки, театральні постановки, передрук та нові переклади його творів, через проекти в царині образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва та ін. Зокрема існують спеціалізовані мистецькі проекти, метою яких є популяризація творчості В.Шекспіра: «Шекспіріана» [2]. Також є методичні розробки, які в межах шкільної програми покликані популяризувати творчість В.Шекспіра, як от

Для з'ясування мотивації зацікавлення творчістю В.Шекспіра нами були опитані стейкхолдери його театральних постановок у м. Львові, зокрема студенти та поціновувачів його творчості.

Для цього у травні 2023 року було проведено низку інтерв'ю, в межах яких опитаним було поставлено низку запитань, зокрема:

Чи справді Шекспір буде мати попит зі надалі?

Чи сучасна молодь захоплюється Шекспіром, якщо так – то чому?

Що саме у його текстах унікального?

Загалом було опитано 4 осіб, на основі узагальнень відповідей яких було сформовано такі портрети опитані одногрупники, актори і театрознавці та їхні відповіді, оскільки вони відносяться до сучасної молоді. В цьому дослідженні висвітливо окремі аспекти інтерв'ю, які власне і розкривають мотивацію зацікавлення творчістю В.Шекспіра.

Студент 2-го курсу, спеціальність “актор театру та кіно” Львівського національного університету ім. І.Франка:

«Чи актуальний Шекспір в наш час? Не певний, що всі його твори актуальні, вони були написані дуже давно, але думаю, що в кожному тексті можна віднайти відгуки сьогодення, якщо у них добряче розібратись. Кожен текст може подарувати щось, чого нам треба в даний момент. наприклад п'єса «Як вам це сподобається». п'єса ніби про любов, стосунки дітей з батьками, але насправді цей текст про «свято життя». про віру і звісно про любов, як без неї? І так, саме зараз у нас хочуть відібрати це «свято життя» і ми мусимо боротись, як кожен персонаж з цієї п'єси боровся за свою любов. А от чи має попит? тут вже я не впевнений, адже не уся молодь готова сприймати ці тексти і розбиратись у них, ну і кожен з них може задати питання «для чого». Єдина надія у мене це театр/різні спілки які можуть показувати у сучасному виконанні тексти Шекспіра і цим самим доводити молоді актуальність цих текстів.»

Студентка 3-го курсу, театрознавиця та актриса:

“Творчість Шекспіра за весь час свого існування від початку і до сьогодення завжди проходила певне “коло сансари”, якщо так можна сказати, тобто вони спочатку вибухали по всіх театрах по Європі і не тільки, це були від найвідоміших театрів до найбільших аматорських, згодом потрошки гасла їхня популярність що є природним процесом і потім знову вибухала вже в якомусь новому перепрочитанні, новому трактуванні і навіть пам'ятаю я читала роботу театрознавця, який

визначив: коли в театрі з'являється текст Шекспіра – то це є певним кроком для театру в його розвитку, та певне народження до нової тенденції, шляху на якій стає цей театр і колектив”.

Поціновувачка театру:

«Це складне питання бо мені хочеться на нього відповісти «Ні, немає попиту» тому що як на мене то молодь зараз радше піде на якусь виставу з назвою більш атракційною, аніж на виставу з класичною. Мені здається що якби Шекспіра зараз ставити по-новому, якби його справді хотіли переосмислити, а не просто переказати гарну п'єсу і вписати своє прізвище як режисер біля вистави з назвою. Нам не просто має бути цікаво в цих виставах зрозуміти про що йшлося, про що писав автор і що це значило для тодішніх людей, але якщо ми зараз говоримо про Шекспіра, то ми напевно маємо розуміти чому нам це є важливим саме зараз. Тому я думаю що якщо режисери у більшості мають такий підхід до ситуації, то це було би набагато краще і молодь би напевно більше йшла на Шекспіра»

Студент 2-го курсу, спеціальність “актор театру та кіно” Львівського національного університету ім. І.Франка:

“Вільям Шекспір залишається одним з найвідоміших драматургів світу, тексти якого продовжують і надалі жити на театральних сценах різних міст світу, але часи змінюються і багато хто задається питанням, чи досі є актуальними великі, об'ємні, громіздкі та архаїчні п'єси на противагу сучасним, легким та доступним текстам.

З огляду на результати проведеного опитування можемо засвідчити, що В. Шекспір є і надалі лишається своєчасним та викликає значний інтерес, зважаючи на те, що автор закладає в своїх драматичних творах вічні теми, такі як кохання, трагічне та комічне, («Ромео і Джульєтта», «Як вам це сподобається»), смерть («Гамлет»), пошук життєвої справедливості («Гамлет»), кривава боротьба за владу будь - якою ціною («Річард II»), а також інші теми, які розкривають сутність людських вад, слабкостей та становлення прекрасного і доброго у світі над великою силою зла”.

Аналізуючи відповіді, відзначимо, що театр є найкращим майданчиком промоції творчості В.Шекспіра на даний час, у постановках Шекспіра, успішність вистав залежить від правильного трактування, як це подадуть, з якою ціллю і для чого. Швидше за все,

молодь не піде на класичне прочитання п'єси, тому що тенденція сучасного театру зараз така, що вона все більше і більше лине до відвертості, чесності, до відкритого діалогу з глядачем і при цьому з дуже пропрацьованим контекстом, концептуальністю і в загальному ідею.

Важливими механізмами популяризації творчості В. Шекспіра є осучаснення підходів до подачі та споживання культурного продукту, базованого на творчості цього світового класика є:

- залучення молоді до вивчення та активних культурних практик на тематику творів Шекспіра;

- залучення в Україні грантів, зокрема від грантодавців Великої Британії, які скеровані на промоцію постаті та творчості Шекспіра у світі;

- активна участь молоді у тематичних шекспірівських фестивалях та заходах, передусім кіно- та театральних забезпечить додаткове зацікавлення молоддю у актуалізації творчості Шекспіра через сучасні культурні продукти.

Втім очевидно, що попри актуальність самих творів, для усіх цих механізмів важливим є сучасне, модерне потрактування творчості Шекспіра, що є умовою зацікавленості молоддю творчістю генія.

Список використаних джерел:

1. Кемерон Девід. Шекспір на всі часи. ZN.UA. 2016, 05 січня
URL: https://zn.ua/ukr/columnists/shekspir-na-vsi-chasi-195870_.html
(Дата звернення: 10 травня 2023 р.).

2. Стародруківана та рідкісна Шекспіріана НБУВ. Національна бібліотека України імені В.Варнадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2919> (Дата звернення: 3 травня 2023 р.).

3. Шекспірівський фестиваль: стара традиція – новий формат. Факультет філології та журналістики. ПНПУ <http://philonew.pnpu.edu.ua/index.php/3409>. (Дата звернення: 1 травня 2023 р.).

4. Drama per musica за Вільямом Шекспіром у перекладі Юрія Андруховича. URL: <http://www.dramteatr.if.ua/show/romeo-juliet> (Дата звернення: 18 травня 2023 р.).

ДОВГА А.В.
Викладачка Львівського фахового коледжу
культури та мистецтв, фотографія,
м.Львів, Україна

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ДОБРОЧЕСНІСТЬ У ФОТОГРАФІЇ

Морально-етичні проблеми супроводжують людство від зародження цивілізації і є присутні у кожній сфері життя. Мистецтво, візуальна культура чутливо реагують на дотримання авторських прав, на спроби плагіату, на створення вигаданої реальності. Фотографія, як частина візуальної культури, теж дуже залежна від дотримання правдивості і це є предметом довгих багаторічних дискусій. З поступом науково-технічного прогресу та розвитком технологій змінювались способи втручання у «тіло» фотографії, і однозначно з еволюцією цифрових графічних редакторів стало набагато простіше змінити кінцеву картинку для глядача. Якщо вернутись до витоків до перших років існування фотографії, а конкретно до перших спроб отримати кольорове фото – то відразу згадується довга і драматична історія американського баптистського проповідника і міністра Лівая Гілла (Livay L.Hill 1816-1865)[17]– він розробив процес, котрий назвав на свою честь геліграфією, свої пластини – гілотипами (за прикладом Луї Дагера, пластини котрого називались дагеротипами) йому не вдалось запатентувати свій винахід, всі скептично поставились до його праці, багато хто взагалі звинуватив у фальсифікації – справа в тому , що він насправді отримав неясক্রаво виражені кольори, але оскільки був мабуть недуже впевненою у собі людиною, то вирішив підсилити ефект, додавши вручну насиченості. В результаті більше ніж 130 років суспільство взагалі сумнівалось в тому, що він взагалі зафіксував колір і тільки у 1981 р. був проведений експеримент за трактатом Гілла “Про геліографію” і було доведено, що він таки міг отримати ці приглушені кольори, а у 2007р. було проведено хімічний аналіз пластин Гілла і доведено, що синій та червоний він отримав, а решту потім домалював. Це перша історія у світі фотографії про те, як бажання справити враження, привело підсилення отриманого результату, привело до звинувачення в обмані, і з’ясування правди тривало маже півтора сторіччя.

Еру плівкової фотографії ніби можна назвати ерою чесної фотографії, хоча завжди була можливість сумніватись в точному місці, чи в точному часі, і до сумніву - чи це не постановка? В цьому контексті згадується дуже відоме фото Роберта Капі «Смерть республіканця» - де зафіксовано, як солдат падає уражений кулею. Через кілька десятиліть виникли сумніви у правдивості фото, почались розмови про можливу постановку, і що

насправді можливо зафіксовано просто момент падіння, лише тому що солдат посковзнувся . Сумніви посіяні – питання відкрите.

Прихід цифрових камер відкрив багато нових можливостей та полегшив працю фотографів – слід відзначити такі моменти, як - оперативність процесу зйомки і отримання кінцевого результату, значна кількість кадрів для безперервної зйомки, великі можливості вибору режимів зйомки, простота створення панорам, зменшення габаритів і ваги фотоапаратури, можливість миттєвого перегляду результату. Але можливості завжди породжують нові складності - принципові труднощі доказу автентичності цифрової фотографії, у зв'язку із самою суттю цифрових технологій копіювання файлів і обробки зображень. Графічні редактори дають можливість швидко зробити необхідні маніпуляції для покращення зображення, котрі потребували значного часу у фотолабораторіях – коли говориться про необхідні покращення, то маються на увазі – підсилення чи зменшення контрастності, невелика зміна кольорової температури, висвітлення чи навпаки притемнення деяких деталей, але жодним чином не йдеться про додавання чи навпаки забирання якихось деталей , предметів, а особливо людей. Треба відмітити відмінність ефекту від використання графічних редакторів, скажімо на художню фотографію та на репортаж й документальну[1]. У художній фотографії, а особливо у артфото завжди допускається, а часом навіть вітається використання графічних редакторів на зразок Photoshop, Lightroom, ACDSee та інших. А якщо говорити про репортажну та документальну, чи навіть стрітну – то в цих видах фотографії надважливою є чесність, достовірність, тут йдеться про довіру - як до самого автора фото, так і до конкретного агентства, часті скандали ставлять під сумнів правдивість всієї медіаіндустрії, як інституції. Згадані вище допустимі втручання у цифровий файл допускають, як і великі інформаційні агентства так і організатори міжнародних фотоконкурсів. Також вони одностайні у тому, що категорично не допускається – жодних додавань (віднімань) деталей, персонажів. Для контролю правдивості цифрових файлів багато керівників медіаресурсів та конкурсів вимагали надання raw-файлу (raw- це сирий файл, іноді називають цифровим негативом, він виконує ту ж роль, що й негатив в плівковій фотографії: тобто, негатив не є безпосередньо зображенням, але має всю необхідну інформацію для створення зображення. Процес перетворення сирих файлів зображень у видимий для цифрового гаджета формат іноді називають обробкою необробленого зображення, за аналогією з процесом проявлення плівки). Але гонитва за швидкістю подання інформації змінила цю ситуацію, у 2015р. агентство Reuters ввело заборону на використання

raw-файлів, щоб скоротити шлях від камери до споживача, також агентство пояснювало це рішення намаганням підняти рівень фотографів, щоб вони більше сподівалися на свою майстерність, а не на можливість виправити недоліки зйомки за допомогою ширших можливостей raw-файлу. Але тоді існує вірогідність маніпуляцій із зображенням, все залежить від сумління та чесності фотографа.

На даному етапі настала ера широкого застосування штучного інтелекту – почнемо з того, а що власне є штучним інтелектом. Основна ідея полягає в тому, щоб навчити програмне забезпечення «мислити» як людський мозок. Це досягається шляхом вивчення закономірностей роботи людського мозку та аналізу когнітивних процесів. Результатом цих досліджень є розробка інтелектуального програмного забезпечення та систем. Це галузь інформатики, яка займається розробкою інтелектуальних машин, здатних виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту Системи штучного інтелекту створені для навчання на досвіді, розпізнаванні закономірностей і прийнятті рішень на основі вхідних даних. Ці системи можна навчити виконувати певні завдання, наприклад, розпізнавати зображення, комбінувати їх, створювати нові зображення на основі існуючих. Штучний інтелект — відносно молода галузь досліджень, - 1955 – Аллен Ньюелл та Герберт Саймон створили першу програму штучного інтелекту – Logic Theorist. Вона довела 38 із 52 математичних теорем, а також знайшла нові доведення для деяких інших. 1956 – термін «штучний інтелект» вперше вжив американський інформатик Джон Маккарті на Дартмутській конференції [19; 20].

Її історичний шлях нагадує синусоїду, кожен «зліт» якої ініціювався новою ідеєю. На сьогодні її розвиток перебуває на «підйомі» і спирається на застосування вже досягнутих результатів в інших галузях науки, промисловості, бізнесі та навіть у повсякденному житті[12]. На думку футуролога Рея Курцвейля людство досягне Сильного ШІ людського рівня у 2029 році. На думку Ілона Маска — у 2025 році. На відміну від розвитку людського інтелекту, який розвивався десятками тисяч років, Сильний ШІ зможе розвиватись майже експоненціально — за долі секунди перевершити здібності людського розуму в десятки-тисячі-мільйони разів.

Для сучасної фотографії штучний інтелект у площині комфорту та зручності покращення якості зображення, зокрема в Україні ще в 2017р. була створена програма яка покращує якість фотографій, зроблених на смартфон, розробники Владислав Пранкевічус та Олександр Савсуненко. Сучасні інструменти штучного інтелекту у руках професіонала вони можуть стати зручним механізмом, який допоможе створювати креативні зображення або безплатно редагувати

фото за лічені хвилини. Adobe інтегрує інструменти штучного інтелекту в Photoshop уже протягом декількох років, а нещодавно компанія оголосила про запуск власного ШІ-асистента під назвою Firefly[7]. Це означає, що ви можете створити ілюстрації, ефекти та шрифти, просто ввівши кілька текстових підказок, а Firefly зробить все інше. Згладжування шкіри, стилізація, масштабування та інші стандартні опції Photoshop тепер також можна реалізувати кількома кліками. А компанія Microsoft розробила Designer [7] за допомогою, якого можна швидко змінити фон на фото, видалити зайвий предмет, або персоналізувати знімок для конкретних потреб. Palette[7] - цей інструмент допомагає редагувати колір на ваших знімках. За допомогою текстових підказок ви можете керувати штучним інтелектом, щоб досягти ідеального кольору ваших зображень. Таким чином ви можете експериментувати із зображеннями, поки не отримаєте бажаний результат. Skybox AI [7] -Інструмент, який дозволяє створювати 360-градусні панорамні зображення. Можна як завантажувати власні знімки, так і робити все з "нуля". Luminar Neo - цей інструмент допоможе тим, хто хоче швидко редагувати фотографії, щоб підкреслити певні деталі або яскраві кольори, видалити непотрібні деталі і покращити світло. Toraz Labs - щоб покращувати різкість фотографій, видаляти шуми та редагувати окремі деталі. Окрім цього Toraz Labs має унікальну програму для перетворення файлів JPEG у RAW, що дозволяє розширити можливості програмного забезпечення для редагування[14]. Remove/bg - це один спеціалізований інструмент, який робить саме те, про що йдеться в його назві: за лічені секунди користувачі можуть завантажити свою фотографію та видалити фон із фантастичною точністю. В результаті ви отримаєте ідеальний результат у високій роздільній здатності. Також пропонуються різноманітні безплатні фони, на яких можна розмістити ваш об'єкт.

Але окрім великих можливостей та користі, штучний інтелект несе загрози людству загалом, та виклик перед візуальною культурою [9]. Вже відомо чимало випадків викривлення дійсності, неправдивого передавання інформації з гарячих точок, чи відвертого фальшування подій – один з таких способів - створення діпфейків - методика синтезу зображення людини методом поєднання і накладення одних зображень та відео на інші зображення або відеоролики[10]. Діпфейк використовують для створення підроблених новин і умисних обманів. Ця проблема не є технічною, а пов'язана з довірою до інформації та журналістики. Первинним є те, що людство може потрапити в епоху, коли буде неможливо визначити, чи відповідає істині те, що показують у новинах. Наступний спосіб це - цифрове клонування (Digital

cloning) — це нова технологія, яка включає набір алгоритмів, що дозволяють оперувати існуючими аудіо-відео- та фотофайлами, які мають гіперреалістичний характер. Одним із наслідків такої технології є те, що гіпер-реалістичні відео та фотографії настільки якісні, що людське око не може розрізнити, що є реальним, а що підробленим. У твіттер-акаунті Верховної Ради України російський ракетний обстріл житлового будинку у Дніпрі проілюстрували зображенням дитини, створеним штучним інтелектом. Твіт із підписом «Дніпро: Біль. Сум. Гнів» з'явився вранці 16 січня 2023р. на англomовній сторінці Верховної Ради. Він супроводжувався зображенням дитини на тлі зруйнованих будівель. Замість автора картинки було вказано, що це «візуалізація». У коментарях під постом користувачі закликали видалити його та критикували авторів за поширення неправдивої візуальної інформації. Через 20 хвилин пост видалили, але пам'ятатимуть цей випадок довго. В останні місяці інтернет особливо рясніє знімками, автором яких є штучний інтелект. Багато розголосу мали декілька фотографій – наприклад, зображений начебто володимир путін, який став на коліно перед головою Китаю Сі Цзіньпіном та в такому положенні цілує йому руку[3]. На іншій бачимо нібито Дональда Трампа в щільному колі поліцейських під час його нібито арешту[3]. До речі, існує подібне фото з путіним. ШІ не обійшов увагою навіть Папу Римського. В мережі «гуляє» зображення, на якому Понтифік начебто одягнений у модний пуховик білого кольору. Над Ілоном Маском неймережа пожартувала, зобразивши його поруч з найзаклятішою конкуренткою — генеральною директоркою General Motors. На світліні нібито Ілон Маск прогулюється містом з Мері Барру, мило тримаючись за руки[10]. Усі ці зображення виглядають дуже реалістичними, якщо мати на увазі саме технічне виконання. При цьому подій, які вони демонструють, ніколи не було в реальності. Є реальна загроза того, що настане момент, що ніхто не буде довіряти зображенням. Чи є відповідь на такі виклики? Одна з ідей — достовірні джерела. Будь-який представник жовтої преси може сказати і показати що завгодно, але коли це походить від Associated Press, NYTimes, Reuters – ми маємо намір вірити. Тому понад усе дбати про репутацію – і для видання, і для особисто кожного фотографа.

Також є потреба чітко розмежувати такі поняття - як використання штучного інтелекту у пост-обробці, що просто полегшує та пришвидшує отримання правдивої фотографії та повне генерування зображення (створення нереального, неіснуючого). Абсолютно різні результати отримуються від використання фоторедакторів на основі штучного інтелекту [11], і програм- генераторів неіснуючого, але гіпер реального зображення – в першому випадку «чесна фотографія» , а в другому – фейк.

Все частіше виникає питання: чи не витіснить взагалі штучний інтелект роботу фотографа?[2] Для цього треба чітко окреслити сфери, де застосування штучного інтелекту є абсолютно недопустимим - з огляду довіри до інформації - категорично не повинно використовуватись повне генерування неіснуючих фото у новинних медіаресурсах, а друга така сфера - комерційна зйомка приватних та корпоративних подій, серія особистих портретів і т.д.[6]. Споживач потребує реального контакту з фотографом не лише через об'єктив фотокамери, а й живого спілкування, чудово коли фотограф вміє викликати емоції і знає, як їх вловити за допомогою фотоапарату[5]. Де може ШІ взагалі замінити роботу фотографа? - у дизайнерських студіях, в оформленні обкладинок книжок («Видавництво Старого лева» вже видало таку книжку)[18],[15]. в у розробці настільних ігор, в дизайні розмаїтих упакувань - всюди, де це є прийнятним. Навіть – у художній фотографії, є підстави вважати, що в скорому часі у міжнародних фотоконкурсах з'явиться номінація - «фото, згенероване ШІ».

Відповідно постає питання: як розрізнити справжнє фото та генероване ШІ Одна з порад збільшувати масштаб і уважно розглядати деталі – дуже часто щось буде спотвореним, можуть бути зайві пальці, двічі клоновані предмети, придивляться до фону там теж можуть бути невідповідності – але це не обов'язково. Німецький фотохудожник Борис Ельдагсен виграв у конкурсі Sony World Photography Award 2023 у відкритій творчій категорії зі світлиною, створеною за допомогою штучного інтелекту[13]. Переможець відмовився від нагороди, адже використав світліну лише для того, щоб протестувати конкурс і створити дискусію про майбутнє фотографії. Фотограф також сказав, що подав це фото на участь як "нахабна мавпа", аби перевірити готовність подібних конкурсів до продуктів штучного інтелекту. І як виявилось професіонали не запідозрили підвоху.

Боротьба з недоброчесністю в окреслених умовах вимагає системного підходу. Редактори новинних агенцій та організатори фотографічних конкурсів знову повернуться до вимоги надавати гав-файл(сирий файл), мабуть тим же штучним інтелектом будуть написані програми для перевірки на автентичність. Фред Рітчін (почесний декан школи Міжнародного Центру Фотографії (ICP)), пропонує зробити так, щоб люди не могли ретушувати фотографії і не могли масово використовувати фотешоп, додавати відео, щоб було видно, за яких обставин робилась зйомка і щоб кожен фотограф вкладав у свій профіль свій кодекс фотоетики [18]. Рітчін є автором і куратором, який зосереджується на цифрових медіа та швидких змінах, що відбуваються у фотографії. Він написав три книги про вплив цифрових зображень на

фотографію[4]. Звичайно в теперішній час неможливо обмежити використання фотошопу, а посилання на сайт фотографа буде добре розповідати про його репутацію.

Штучний інтелект наразі лише інструмент в руках людини, і власне від людини залежить, як ним скористатись. Це як сокира можна вбити, а можна наколотися дрова і зігріти будинок. Так із світлинами – можна зманіпулювати фейк, і можна пришвидшити подачу правдивої інформації з фронту. Майбутнє не тільки за розвитком науково-технічного прогресу, але й за ростом моралі як суспільства, так і кожного індивіда. Можливо виникне новий суспільний договір про використання зображень.

Список використаних джерел:

1.Гордієнко Тетяна. Військова фотографія стає способом зробити кар'єру і заробити грошей, - Олександр Ляпін. «Укрінформ». Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/18838/2017-05-01-viyskova-fotografiya-staie-sposobom-zrobyty-karieru-i-zarobyty-groshey-oleksandr-lyapin-ukrinform/> (дата звернення:29.06.2023).

2. Жерновська Людмила. Bild замінить ряд редакторів штучним інтелектом. УНІАН. 21.06.23. URL: <https://www.unian.ua/techno/bild-zaminit-ryad-redaktoriv-shtuchnim-intelektom-12301173.html> (дата звернення 29.06.2023)

3. Веселовська Катрін, Вебер Йоша. DW. made for minds. Як розпізнати фото зроблене штучним інтелектом. URL: <https://www.dw.com/uk/ak-rozpiznati-fotografiu-zgenerovanu-stuchnim-intelektom/a-65531509>.

4. Darrach A. Q&A: Fred Ritsin on AI and the threat to photojournalism no one is talking about. URL:https://www.cjr.org/the_media_today/fred_ritchin_ai_photojournalism.php (дата звернення 28.06.23).

5. The Ukrainians media reporters Як ми йдемо крізь вогонь 100 ключових фотографій за рік великої війни URL: <https://theukrainians.org/spec/big-war>. (дата звернення 28.06.23)

6. Смінк Вероніка. BBC News Україна Три стадії штучного інтелекту: чи зможе він знищити людство? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-65728291> (дата звернення 28.06.23).

7. Ліцкевич Ольга. Інструменти штучного інтелекту для дизайнерів та фотографів. Як редагувати фото в один клік, Liga.net. URL: <https://tech.liga.net/ua/technology/article/instrumenty-ii-dlya-dizaynerov-i-fotografiv-kak-redaktirovat-foto-v-odin-klik> (дата звернення 28.06.23)

8. Футуролог Ювал Ной Харарі: « Я не знаю чи зможе людство пережити ШІ» TEXTY.ORG.UA URL: <https://texty.org.ua/fragments/>

109506/futuroloh-yuval-noj-harari-ya-ne-znayu-chy-zmozhe-lyudstvo-perezhyty-shi/ (дата звернення 29.06.23).

9. Діпфейк стаття з Вікіпедії URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/Діпфейк> (дата звернення 28.06.23).

10. Деркач Микола. Справжнє фото чи згенероване штучним інтелектом: розпізнаємо підробку, PaySpace Magazine. URL: <https://psm7.com/uk/technology/nastoyashhee-foto-ili-sgenerirovannoe-iskusstvennym-intellektom-raspoznaem-poddelku.html>

11. Япалов Дамір. 10+ найкращих фоторедакторів зі штучним інтелектом 2023: онлайн та безкоштовно. Metaverse Post. URL:<https://mpost.io/uk/best-ai-photo-editors/> (дата звернення 28.06.23)

12. Лавровський Валерій. «Зникнуть 100 професій, на заміну прийде 300». Як штучний інтелект змінює мистецтво та життя. Маяк. URL: <https://mayak.org.ua/news/artificial-intelligence-in-modernity-art-and-life/> (дата звернення 28.06.23).

13. Котубей Олесь. Фото, створене за допомогою штучного інтелекту, перемогло в фотоконкурсі. Автор відмовився від нагороди. Суспільне Культура. URL:<https://suspilne.media/448866-foto-stvorene-zadromogou-stucnim-intelektu-peremoglo-v-fotokonkursi-avtor-vidmovivsa-vid-nagorodi>. (дата звернення 28.06.23)

14. Bryan-Smith Christopher. Topaz JPG to RAW AI Rewjv 2024 (File conversion Software). Expert Photography. URL:<https://expertphotography.com/topaz-jpeg-to-raw-ai-review>. (дата звернення 28.03.23).

15. В Україні видали першу книгу, написану та проілюстровану штучним інтелектом. Укрінформ. URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3679513-v-ukraini-vidali-persu-knigu-napisanu-ta-proilustrovanu-stucnim-intelektom.html> (дата звернення 28.03.23).

16. Levi Hill. Стаття з Вікіпедії URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Levi_Hill (дата звернення 29.03.2023).

17. Fred Ritchin. Стаття з Вікіпедії. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Fred_Ritchin. (дата звернення 28.06.23).

18. Марина Крижня. Штучний інтелект в ілюстрації: про обкладинку ВСЛ. художню цінність та авторські права. Суспільне Культура. 14 лютого, 2023 URL: <https://suspilne.media/culture/385007-stucnij-intelekt-v-ilustracii-pro-obkladinku-knigi-vsl-hudoznu-cinnist-ta-avtorski-prava/> (дата звернення 20.04.23).

19. Artificial intelligence Стаття з Вікіпедії про штучний інтелект URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence (дата звернення 18.05.23)

20. IBM. What is artificial intelligence (AI)? URL: <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence> (дата звернення 28.04.23).

КОТИШИН М.Б.

студентка 1 курсу ОР Магістр,
кафедра менеджменту мистецтва ЛНАМ,
м. Львів, Україна

РОЛЬ ФЕМІНІСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЛЬВОВА У РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ

Феміністичний рух завжди був тісно переплетений з культурою. Адже жінкам доводилося виборювати не лише своє право голосу у виборах, але й можливість вільно творити мистецтво на рівні з чоловіками. Зараз, коли жінки більше не замовчують про власні проблеми й не чекають поки їх хтось «врятує», а беруть справу у власні руки, ми спостерігаємо як вони вносять реальні зміни не лише в суспільстві але й в культурі. Адже жінки звертають увагу на проблеми, які для чоловіків здаються незначущими, наприклад на непристосованість архітектури міста для жінок з колясками. Не останню роль в цьому відіграють феміністичні організації та ініціативи, яких з кожним роком у світі стає все більше. Однак, якщо говорити про Україну, то тут феміністичний рух досі «застряг» на етапі боротьби за рівно оплачувану працю та збільшення доступу жінок до органів політичного управління. Існує дуже мало українських жіночих угруповань, які б зосереджували свою увагу не лише на соціальному, але й на культурному аспекті буття жінки. І це є реальною проблемою, адже феміністичні культурні проекти могли б внести інше бачення на проблеми, які існують в українській культурі, або показати щось якісно нове. Давайте розглянемо роль феміністичних організацій у створенні культурних проектів на локальному прикладі міста Львів.

Фемінізм – теорія рівності двох статей, яка виникла в XIX столітті і становить ідейну основу організованого жіночого руху. [8] Із самого початку важливу складову фемінізму становили різноманітні жіночі організації та ініціативи, які поширювали серед суспільства ідеї гендерної рівності та емансипації жінки. Вони відігравали значну роль не лише у соціальному житті жінки, але й у культурно-просвітницькому та науковому. В Україну феміністичні віяння прийшли з Європи наприкінці XIX століття і були тісно пов'язані з національними ідеями. Важливим осередком не лише культури, але й нових ідей, було місто Львів. Представники львівської інтелігенції, - як жінки, так і чоловіки, - які стояли на чолі руху, домагалися доступу жінок до освіти, культури, політичних процесів та економічної незалежності. Серед відомих українок, котрі відіграли вагомий роль у культурно-громадському житті

Львова та активно впроваджували ідеї фемінізму, варто назвати Наталю Кобринську, Катерину Грушевську, Мілену Рудницьку, Соломію Павличко та ін. Найбільш активною і найбільш впливовою організацією Галичини, яка мала свій осідок у Львові, була організація «Союз українок». Вона була створена 1917 і мала на меті активізувати жінок, підняти їх освітній та фаховий рівень, залучити до громадської, політичної, культурної та благодійної діяльності. [5, с. 94] Варто зазначити, що це була також одна з перших організацій, яка займалася не лише просуванням ідей фемінізму, але й створювала культурні проекти. Зокрема, в межах діяльності «Союзу українок» видавалися часописи «Жінка» та «Українка», а також було створено кооперативу «Українське народне мистецтво». Серед інших феміністичних організацій, які на початку ХХ століття діяли у Львові варто виділити: «Клуб русинок», «Кружок українських дівчат», «Жіноча громада» та ін. Вони були спрямовані на жінок, що мешкали в селах і, переважно, проводили просвітницько-освітню діяльність. [1]

В період радянської влади всі прогресивні ідеї нівелювалися й більшість жіночих організацій у Львові припинила свою діяльність. Однак після здобуття незалежності, в Україні знову спостерігається підвищення активності жіночого руху. Як зазначає Тамара Марценюк, українська дослідниця гендеру, найбільше жіночих ініціатив, які використовують слово «фемінізм» у своїй назві та пропагують феміністичні ідеї, з'явилися в Україні, і у Львові зокрема, у 2010-х роках. [6, с. 27]

Станом на 2023 рік у Львові активну діяльність проводять лише три феміністичні організації: «Жіночі перспективи», Асоціація жінок-юристок України «ЮрФем» та «Феміністична майстерні». Діяльність перших двох спрямована на впровадження гендерної політики в Україні, зменшення рівня насильства, підвищення конкурентоздатності жінок на ринку праці та створення їх видимості у юридичній сфері. [7]

Натомість діяльність «Феміністичної майстерні» більш ширша. Це громадська організація, створена у 2014 році, місією якої є створення середовища, сприятливого для розвитку та самореалізації дівчат та жінок у Львові. Свою діяльність вони розпочали із організації воркшопу «Жіноча майстерня» на міському фестивалі Майстерня міста. Спершу це був лише простір, де жінки могли робити щось своїми руками (вишивати, в'язати, готувати) та обговорювати феміністичні теми. Однак потім учасниці організації подалися на грант у американський фонд FRIDA і Представництво Фонду імені Гайнріха Бьоля, що дало їм можливість отримати приміщення у центрі Львова й зайнятися більш масштабною діяльністю. [4, с. 88] Зараз же

«Феміністична майстерня» працює за різними напрямками, займається активізмом та створює цікаві культурні проекти.

Зокрема, навесні 2016 року організація влаштувала виставку «Професіоналки», яка експонувалася під відкритим небом на вулиці Галицькій, біля каплиці Боїмів. Ця експозиція була присвячена жінкам, які зробили вклад у різні галузі – від фізики до мистецтва. Так, на виставці були представлені портрети та історії діяльності таких професіоналок як Грейс Хоппер (вчена у галузі комп'ютерних наук та контр-адмірал військово-морських сил США), Барбара Лісков (вчена в галузі інформатики), Соня Делоне (художниця та дизайнерка), Інге Леманн (данська вчена в області геофізики, сейсмології) та багатьох інших. Слоганом плакатів було «(Не)видимі. Значимі», який мав на меті звернути увагу на внесок цих жінок. [9]

Ще один проект, про який варто згадати, це курс лекцій «Істор(ії) мистецтва» про видатних жінок в історії мистецтва. Він був створений 2019 року, у співпраці із Олександрою Кущенко (засновниця проекту ArtLvivOnline, арт-критикиня, випускниця ЛНАМ) та театром Лесі Українки у Львові. Цей проект мав на меті розповісти історію мистецтва від Ренесансу до сьогодні (сучасні контемпорарні практики) на прикладі винятково жінок. У 2020 році «Феміністична майстерня» продовжила цей проект й разом із Олександрою Кущенко створила курс «Істор(ії) фотографії». Однак, зважаючи на обставини – пандемію Covid-19 та карантин – цей курс було реалізовано лише на платформі Youtube. Курс включав в себе 10 лекцій з історії фотографічного мистецтва від перших експериментів у 1820-х рр. до сьогодні, та з акцентом власне на жіночих іменах та прикладах робіт відомих фотографинь. [2, 3]

На мою думку, в рамках діяльності «Феміністичної майстерні» було б доцільно створити подкаст "Непочута. Подкаст про жінок у мистецтві" про сучасних жінок, які працюють в сфері мистецтва. Так, згідно з опитуванням, яке провела авторка з метою з'ясувати актуальність такого проекту, 82,8 % опитуваних (загалом опитування пройшло 29 людей) слухає подкасти, а 67,9% - вважає фемінізм досі актуальним. На питання чи забезпечені для жінок і чоловіків рівні права у сфері культури і мистецтва 48,3% респондентів відповіли, що не знають, а 24,1%, що не забезпечені. Лише 48,3% відсотки опитаних людей може назвати до 5 відомих мисткинь і 13,8% - не може назвати жодного імені. Таким чином, такий проект був би дійсно актуальним та потрібним, адже відкрив би сучасні імена жінок, які творять наше мистецтво.

Отже, попри досить активний розвиток фемінізму в Україні, і у Львові зокрема, тут створюється досить мало феміністичних культурних

проектів. У Львові розташовується три організації, які займаються гендерними та феміністичними проблемами, однак лише «Феміністична майстерня» створює проекти, які стосуються не лише фемінізму, але й культури. Таким чином, в цьому аспекті залишається ще велике поле для досліджень та багато невикористаних ідей для можливих культурних проектів.

Список використаних джерел:

1. Богачевська-Хомяк М., Веселова О. Жіночий рух в Україні. Режим доступу: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Zhinochy_rukh_v_Ukraini
2. Запускаємо Істор(ії) мистецтва! Режим доступу: <https://femwork.org/novini-fm/zapuskayemo-istor-yiyi-mistetstva/>
3. Істор(ії) фотографії. Режим доступу: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLi9ul5w4VguveWRxhoMA1m7tysZ7R-2tn>
4. Кузьміна І. Г. «Феміністична майстерня» м. Львова як організація феміністичної орієнтації. Гендер і євроінтеграційні прагнення України: матеріали міжнародної наукової конференції Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Дн-вськ: Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2016. С. 88-89.
5. Маланчук-Рибак О. З. Типологічна ідентичність українського емансипаційного руху жінок. Етнічна історія народів Європи. 2001. Вип. 11. С. 93 - 96.
6. Марценюк Т. Чому не варто боятися фемінізму?. Київ: «Комора», 2018. 256 с.
7. Різничок Ю., Бенюк К. Феміністки Львова: тоді та зараз. Режим доступу: <https://forpost.lviv.ua/txt/suspilstvo/26305-feministky-lvova-todi-ta-zaraz>
8. Словник гендерних термінів. URL: <http://a-z-gender.net/ua/feminizm.html>.
9. 7/03-31/04 — виставка «Професіоналки». Режим доступу: <https://femwork.org/anonsi/7-03-30-03-vistavka-profesionalki/>

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В МЕДІАПРОСТОРИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Інформація є найнеобхіднішим атрибутом сучасності. Завдяки комп'ютеризації та Інтернету доступність до інформації сприяє вільному вибору джерел та інтерпретацій. Розвиваються нові можливості для комунікації і творчості. Виникає відчуття відкритості суспільства: інформаційна свобода робить прозорішим підгрунтя суспільного життя.

Глобалізація сучасного інформаційного світу спричинила утвердження медіакультури практично в усіх галузях людського життя – виробництві, суспільній сфері, освіті, комунікації, мистецтві. Утворюються глобальні медіазв'язки між усіма соціальними структурами, країнами, різними спільнотами. Стимулятором глобалізації є так звані м-медіа: гроші (money), музика, кіно (movies), математика, міграція і моральні вимоги [1, С. 93]. На світовому ринку, який глобалізується, не лише обмінюються товари та послуги і рухається капітал, циркулюють і позиції, цінності, стандарти, одним словом, елементи культурної ідентичності. В еру Інтернету та цифрових комунікацій зростає й «близькість» між людьми з різних культурних кіл, проте не обов'язково зростає взаєморозуміння.

Розуміння будь-якої інформації передбачає вміння інтерпретувати повідомлення. Будь-яке висловлювання ми можемо зрозуміти лише через свою зустрічну розумову діяльність, яка, зазвичай, є результатом спеціально організованого культурного розвитку [2, С. 58].

За даними дослідників медіа, зокрема як констатує психологиня Л. Найдьонова, сьогодні людина за місяць споживає стільки інформації, скільки сто років тому людина споживала за все життя [3]. Тож можемо говорити про формування звичок та пріоритетів медіаспоживання, рівень інформаційної грамотності та рівень вразливості. За майже два роки повномасштабного вторгнення РФ в Україну (від 24.02.22), відбулося переосмислення ролі ЗМІ та новітніх медіа в житті суспільства. А отже, - вимагає критичного переосмислення медіапродукції, медіакультури в цілому та загострює питання медіаосвіти як механізму продукування інформаційної грамотності суспільства. Сучасна модель демократичного суспільства наголошує, що у формуванні громадської думки ключову роль відіграють ЗМІ. В міру розвитку суспільства ЗМІ виконують наступні функції: виступають як носій інформації (презентація фрагментів дійсності), служать ареною висловлення поглядів різних політичних сил (конкуренція

моделей реальності), є способом інтеграції носіїв різних думок у єдину культурну спільноту (організація інтегративного дискурсу) [4, С. 63.].

Якщо розглядати демократію у цифрову еру, то можемо констатувати зміну вектору впливу (рис.1.):



Рис.1. Демократія в цифрову еру. Джерело: [5].

Точка концентрації зусиль для розбудови нових демократій – уміння фільтрувати інформацію її громадянами.

На думку експертки з інфограмотності, О.Мороз, ми живемо серед моря “безкоштовної” інформації. «Кожен за лічені хвилини може знайти будь-що й не заплатити за це жодної гривні. Коли хтось із вас востаннє платив за інформацію? Не інтернет-провайдерам, а саме за інформацію. Переконана, що таких одиниці. Проте на створення цієї інформації витрачені реальні й чималі гроші та час. “Якщо не платимо, ми і є товар” — ця фраза вже стала крилатою, бо якнайкраще ілюструє нашу цифрову дійсність» [5]. Наша увага, наші дані та емоційні гачки є валютою цифрової ери. Саме на них і спрямовані інформаційні віруси, щоб створити персоналізовані маніпуляції. Їх використовують як маркетологи, так і політики, як шахраї, так і роспропаганда.

Тема війни в Україні заповнила весь медіапростір. Саме зараз увага сконцентрована на новинах в інтернет середовищі, де йде справжня он-лайн війна, міняються стандарти висвітлення подій, подання новин під час воєнних дій, серед інформаційного шуму дотримуватися інформаційної тиші і т.д. Довкола маніпуляції, дезінформація і фейки, тому саме інформаційна грамотність дозволяє зберігати здоровий глузд та холодну голову.

Шукаючи відповідь на запитання, де українці дізнаються новини, то результати соціологічного дослідження USAID-Internews, показують, що 62 % шукають їх в соцмережах, 52 % дивляться телебачення, 48 % шукають їх на новинних сайтах, 13% слухають їх по радіо, а 8 % читають в друкованих ЗМІ. [6].

За даними досліджень 32% українців визначають правдивість новини інтуїтивно, а 42% ніколи не перевіряють інформацію на

достовірність. Водночас лише 15% українців не користуються інтернетом. 71% — інтенсивні користувачі мережі, а серед їхніх основних мотивів — пошук потрібної інформації (74%) та перегляд новин (61%). [7].

Спіраючись на власний життєвий досвід та освіту, люди вважають що можуть розпізнати правду і брехню. Проте вони не розуміють як функціонує нова цифрова реальність і як вона ними маніпулює. За результатами щорічного соцдослідження USAID-Internews, половина українців вважають, що вміють розпізнавати фейки, проте тільки 3% насправді можуть це зробити [6].

У 68% українців періодично виникають сумніви щодо правдивості інформації, яку вони отримують зі ЗМІ або соціальних мереж. Найпопулярнішими стратегіями фактчекінгу у таких випадках стають пошук інформації у альтернативних джерелах (40%); розмірковування про те, кому вигідно саме так трактувати події (32%); сприйняття такої інформації як однієї з можливих версій подій (24%). Лише 6% повідомили, що у таких випадках звертаються до організацій, які перевіряють факти [8].

Тож як безпечно споживати інформацію та дбати про свою інформаційну гігієну? Найперше, це усвідомлення, що сама людина є поширювачем інфовірусів і робить це через незнання. Тож самоосвіта буде хорошим інструментом, щоб розвивати навички інформаційної грамотності та творити своє якісне інформаційне середовище. Основні правила споживача в медіапросторі, це в пошуку інформації опиратися на кілька джерел, щоб мати можливість порівняти інформацію; це перевіряти саме джерело інформації та наявність автора; це знання про журналістські стандарти та їх дотримання; це знання про різновиди контенту, якісного і неякісного, з якими ми стикаємося та інші питання, котрі нам підкажуть різноманітні профільні медіаплатформи та інституції, що аналізують медіасередовище. Такі, наприклад, Інститут масової інфомації і їх дослідження «Білий список онлайн медіа» [13]; інтернет видання «Детектор медіа», з їх різноманітними аналітичними спецпроектами. В Україні діють різноманітні медіа-проекти, такі як інформаційно-аналітичний портал Четверта влада, ініційований рівненським агентством журналістських розслідувань [14]; портал «Медіаосвіта і медіаграмотність», який створено у 2013 році на базі он-лайн бібліотеки з медіаосвіти Міжнародного благодійного фонду «Академія української преси» [15]; Медіакритика, електронне видання, ініційоване Інститутом екології масової інформації при ЛНУ ім.І.Франка [16], Stopfake.org - сайт для перевірки фактів, який створили 2-го березня 2014 випускники і студенти Могилянської школи журналістики і програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism [17] тощо.

Чимало освітніх практик з розвитку навиків інформаційної грамотності є на онлайн платформах Prometheus, Дія та ін. Наприклад, авторський курс Севгіль Мусаєвої "Цифрова журналістика" на платформі Дія [9]; онлайн курс Оксани Мороз «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» на платформі Prometheus [10], онлайн курс «Медіаграмотний спротив: будемо аргуменовані діалоги» розроблений в межах проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольства США в Україні та Міністерства закордонних справ і міжнародного розвитку Великої Британії у партнерстві з Міністерством освіти і науки України, Міністерством культури та інформаційної політики та Академією української преси [11] та багато інших.

Як бачимо, події в Україні останніх років (2013-2023) активізували суспільство та соціокультурні інституції до питань інформаційної грамотності та інформаційної безпеки зокрема. На рівні держави піднімаються питання активного впровадження уроків медіаграмотності в українських школах та ініціювання різноманітних позакласних гуртків чи проектів [12].

Аналізуючи зворотний бік нових можливостей комунікації, зауважимо ще раз, що інформованість не може замінити мислення, культурного спілкування, завдяки яким ми спроможні аналізувати факти та їх ідеологічну складову.

В цифровій ері, в інформаційному суспільстві, в перманентних інформаційних війнах та в умовах фізичної війни зокрема дбати за чистоту інформаційного довкілля – обов'язок кожного, а питання інформаційної грамотності не те що на часі, вони є частиною нашого життя і тією компетентністю, яку потрібно постійно розвивати та вдосконалювати.

Список використаних джерел

1. Галлер Д. Амортизатор на шляху глобалізації. Незалежний культурологічний часопис «І». Вип.19. 2000. С.93-94.
2. Російчук Т. Антиутопія інформаційного суспільства. Соціальна психологія. №1 (27) (лютий 2008). – С.58-63.
3. Найдьонова Л. Вплив медіа на людину. Курс Є. Магди Медіаграмотність: практичні навички. Онлайн курс на платформі Prometheus. URL: <https://courses.prometheus.org.ua>. (Дата звернення: 24.05.23)
4. Плющ О. Трансформація ролі ЗМІ в умовах глобалізації. Соціальна психологія. Спецвипуск, 2007. С. 62-71. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=75>). (Дата звернення 23.05.23).
5. Мороз О. Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні. Онлайн курс на платформі

Prometheus. URL: <https://courses.prometheus.org.ua>. (Дата звернення: 24.05.23).

6. Дослідження: USAID-Internews “Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа” (жовтень, 2020). URL: <https://internews.in.ua/uk/news/ponad-80-ukrajintsiv-stykalysya-iz-dezinformatsijeyu-pro-covid-19-nove-opytuvannya-usaid-internews/>. (Дата звернення: 23.05.23)

7. Дослідження: Детектор Медіа “Індекс медіаграмотності українців” (березень 2021). URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/> (Дата звернення: 24.05.23)

8. Медіаспоживання в Україні: зміна потреб та програв російської пропаганди. URL: <https://detector.media/infospace/article/196442/2022-02-15-mediaspozhyvannya-v-ukraini-zmina-mediapotrebt-ta-progrash-rosiyskoi-propagandy> (Дата звернення: 24.05.23)

9. Авторський курс Севгіль Мусаєвої "Цифрова журналістика" на платформі Дія. URL: <https://osvita.dia.gov.ua/courses/digital-journalism>. (Дата звернення: 24.05.23)

10. Онлайн курс Оксани Мороз «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» на платформі Prometheus. URL: (<https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+IH101>). (Дата звернення 24.03.23)

11. Онлайн курс «Медіаграмотний спротив: будуємо аргументовані діалоги» розроблений в межах проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». URL: <https://eduhub.in.ua/courses/onlayn-kurs-mediagramotniy-sprotiv-buduemo-argumentovani-dialogi> (Дата звернення: 24.05.23)

12. МОН підтримує ініціативу президента України щодо проведення уроків медіаграмотності в школах. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/mon-pidtrimuye-iniciativu-prezidenta-ukrayini-shodo-provedennya-urokiv-mediagramotnosti-v-shkolah>. (Дата звернення: 24.05.23)

13. Білий список: 10 медіа, що стали найякіснішими. Дослідження Інституту масової інформації за 2021 р. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-10-media-shho-staly-najyakisnishymu-i41541>. (Дата звернення: 22.05.23).

14. Офіційний сайт інформаційно-аналітичного порталу Четверта влада. URL: <https://4vlada.com/> (Дата звернення: 21.05.23).

15. Офіційний сайт порталу «Медіаосвіта і медіаграмотність». URL: <https://medialiteracy.org.ua/> (Дата звернення: 23.05.23).

16. Офіційний сайт часопису «Медіакритика». URL: <https://www.mediakrytyka.info/> (Дата звернення: 23.05.23).

17. Офіційний сайт ГО «Центр Медіареформи». URL: <https://www.stopfake.org/uk/golovna/> (Дата звернення: 23.05.23).

КУЛЕШНИК Т.Я.

викладач кафедри менеджменту мистецтва Львівської
національної академії мистецтв,
м.Львів, Україна

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОСВІДОМОСТІ ГРОМАДЯН ЧЕРЕЗ МИСТЕЦТВО В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Деструктивні впливи, зумовлені сучасною війною росії проти України, негативно позначаються не лише на соціальній та економічній сферах, але й мають серйозний вплив на стан природи та екосистем, зокрема забруднення водних джерел, руйнування екосистем, знищення природних резерватів та інфраструктури, вплив на біорізноманіття та кліматичні процеси. У сучасному світі, де збройні конфлікти і політичні напруження стають складнішими, мистецтво виступає важливим інструментом для привертання уваги світової громадськості до екологічних катастроф.

За даними Міністерство довкілля та природних ресурсів України станом на липень 2022 року завдані окупантами збитки довкіллю оцінювали обсягом понад 202 млрд.грн. [1]. За даними ініціативи ЕкоЗагроза , станом на лютий 2023 р. обсяг зафіксованих збитків екології України становила 441 мільярд доларів США [2] Держекоінспекція вже станом на цей час мала зареєстрованих понад 2500 звернень щодо російських злочинів проти довкілля [3]. І це, очевидно лише частина реальних деструкцій, зумовлених російсько-українською війною.

Станом на сьогодні, міжнародними злочинами визнано геноцид, злочини проти людства, агресію й воєнні злочини. Проте, на відміну від Кримінального кодексу України (ст.441) у цьому списку бракує ще й екоциду, тобто масового знищення рослинного чи/та тваринного світу, отруєння атмосфери або водних ресурсів, а також вчинення дій, які можуть спричинити екологічну катастрофу.

Попри те, що для переважної більшості українців, згідно даних соціопитувань, тема охорони довкілля є важливою, існує значний розрив між екологічними цінностями та практикою. [4] Створення сприятливих умов та відповідна комунікація допоможуть скоротити чи подолати такий розрив.

В умовах військового конфлікту, мистецтво як важливий засіб культурної та соціальної комунікації може виступати каталізатором для підвищення екологічної свідомості та активної участі громадськості у збереженні навколишнього середовища. Твори мистецтва, незалежно від форми вираження – живопис, скульптура, фотографія, літературний твір чи фільм, виставка чи арт-проекти, можуть впливати на суспільне свідоме і викликати рефлексію, яка спрямована на вирішення проблем екологічних катастроф, активізують глядачів та спонукають до дій.

Мистецькі твори в умовах війни відображають не лише зовнішній вигляд руйнувань та екологічної деградації, але й передають емоції, пов'язані з цим враження. Відчуття втрати, обурення та надії знаходять своє відображення у кольорах, формах та композиціях мистецьких творів. Така візуальна мова допомагає глядачеві глибше зрозуміти не лише масштаб екологічної трагедії, але і власні почуття стосовно неї.

Мистецька експозиція може стати майданчиком для конструювання наративу про важливість збереження природи в умовах війни. Сприяючи побудові наративів, художники створюють зв'язок між екологічними проблемами та особистими життєвими історіями, змушуючи глядачів розглядати проблему через призму власного досвіду та відповідальності.

Інтерактивні мистецькі проекти та виставки створюють можливість для глядачів не лише спостерігати за екологічними темами, але і брати активну участь у культурному діалозі. Обговорення, реакції та обмін думками сприяють формуванню громадської свідомості та створенню сприятливого середовища для обміну ідеями щодо заходів з збереження природи в умовах війни.

Мистецькі виставки не обмежуються стінами галерей. Художні роботи можуть виходити за межі мистецьких просторів та ставати частиною громадського простору. Глядачі стають активними учасниками міста, а не просто спостерігачами, і це дозволяє мистецтву здійснювати дійсний вплив на свідомість і практику громадян.

Основна мета мистецтва в умовах війни полягає не лише у створенні враження, але і в створенні змін у свідомості глядачів. Мистецтво може викликати рефлексію та спонукати до певних дій, щоб зменшити екологічні наслідки військового конфлікту. Це може включати в себе участь у благодійних ініціативах, підтримку екологічно-орієнтованих організацій чи активну участь у природозахисних проектах.

Висновки:

Мистецтво, у всіх своїх формах, може викликати емоції, впливати на свідомість та привертати увагу до нагальних проблем. В контексті екологічних катастроф, обумовлених агресією Росії проти України, важливо використовувати мистецтво як інструмент для мобілізації суспільства та сприяння глобальному обговоренню цих проблем. Сприймання інформації через мистецтво може збурити глядача та визначити його позицію щодо нагальних екологічних та геополітичних питань.

Список використаних джерел:

1. Міністр екології назвав суму збитків довкіллю внаслідок російської агресії – вона не остаточна (2022) РадіоСвобода. 14 липня URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-strilets-zbytky-dovkillia/31943844.html> (дата звернення: 15 травня 2023 р.)
2. Екоцид: 10 наслідків війни росії проти України для довкілля (2023) Рубрика. 23 лютого.
3. Лубінець Д. (2023). Довкілля — мовчазна жертва війни: як російська армія вчиняє екологічні злочини й порушує права людини. URL: https://lb.ua/blog/dmytro_lubinets/581276_dovkillya_movchazna_zhertva_viyuni_yak.html.com.ua/articles/2018/09/24/7087297.
4. Андрусевич, Н. (2018). Екологічна свідомість в Україні та в ЄС: топ-5 подібностей та відмінностей. URL: <https://www.eurointegration>
5. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року (Закон України). № 2697-VIII (2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>.

МАЙЧИК М.О.
студент 1 к. ОР «Магістр»
ОП «Менеджмент мистецтва» ЛНАМ
м. Львів, Україна

ФЕШН ФОТОГРАФІЯ РІЧАРДА АВЕДОНА: ОБРАЗОТВОРЧІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА АВТОРСЬКА СТИЛІСТИКА

Питання розвитку жанру фешн фотографії за останні декілька років охоплює все ширше коло мистецьких осередків. Відсутність на теренах України освітніх дисциплін, рівня знань та достатньої кількості наукових досліджень на тему модної фотографії, праць та авторських технік знаних імен у даному жанрі, ускладнює процес поширення актуальних тенденцій та сучасних візуальних форм на сфері реклами, модних брендів, кінематографу, тощо. Це, в свою чергу, уповільнює їх розвиток на світовому рівні та призводить до однотипності на діючому ринку модної фотографії в Україні.

Злет світової фешн фотографії припав на 60-ті - 90-ті роки ХХ століття. Цей період став перехідним і вражав енергією, експериментами та визнанням різноманітних форм самовираження. Основними характеристиками цієї епохи фешн фотографії стали психоделічна інновація, визначена яскравими кольорами, абстрактними елементами та геометричними формами, ріст популярності молодіжної культури, вплив музичних рухів. Значне віддзеркалення на модну фотографію цього періоду здійснили нонконформізм та сексуальна революція, сексуальність стала важливим елементом фешн зображень, а естетика свободи та самовираження були на піку популярності.

Одним із найяскравіших представників цього періоду став Річард Аведон (1923-2004), видатний американський фотограф та портретист, класик у жанрі фешн фотографії. Р. Аведон був студентом Колумбійського університету, де вивчав філософію та поезію, фотографії ж митець навчався в лабораторії дизайну в Новій школі соціальних досліджень інституту "Прайн" в Нью Йорку, також стажувався, а згодом працював штатним фотографом модного видання "Harper's Bazaar" [3].

Портрети, виконані Річардом Аведоном є оманливо простими. Нейтральний, переважно білий, фон і на перший погляд нескладна композиція, не можуть пояснити той гіпнотичний вплив, який чинять роботи митця на глядача. Такого ефекту неможливо отримати лише за допомогою майстерної техніки, натомість, професійність досягається

завдяки ширій художній зацікавленості фотографа в героях його знімань. Річард Аведон володів унікальною енергією, харизмою і дивовижним захопленням від знімального процесу. Фотографу вдавалось поринути у внутрішній світ кожного героя, переконуючи їх у власній значущості. Як результат, суб'єкт, який знаходився перед камерою, відкликався – очима, виразовим обличчям, позою, тощо. Саме так зародилася магія портретів та фешн знімань Аведона, завдяки якій вони стали основоположною класикою для становлення світової модної фотографії.

Ранні модні образи Аведона були декадентськими, заснованими на оповіді зображуваних сцен, які захоплювали набагато більше, ніж одяг моделі. Він знімав фотомоделей, ніби вони були актрисами, гламурними та сповненими емоцій, показуючи їх у кінематографічному світлі за допомогою складних декорацій та реквізиту. Багато з цих редакторських сцен було знято для “Harper’s Bazaar US” протягом 50-х і 60-х років, і вони були одними з перших модних зображень, які залучали глядачів до “людського” діалогу, заснованого на уяві та творчості. Вони знайшли відгук у публіки далеко за межами модної сфери.

Завдяки цьому стилю Аведон розкривав емоційну сторону особистості моделі, яку часто приховували на подіумі. Його об'єктив відзначав привабливу та буйну енергію його об'єктів, серед яких були американські супермоделі Кармен Делл'Орефіс і Довіма. Довірчі стосунки, які він творив із героями своїх знімань, дозволяли створити вражаючі світлини. У 1955 році Аведон сфотографував супермодель Довіму в сукні “Dior”, яка позувала між двома слонами в паризькому “Cirque d’Hiver”, вивівши модну фотографію зі студії у зовсім нове середовище, що рідко робили раніше [5]. Це зображення визначається вражаючими візуальними та тематичними контрастами між красою людини та відображенням тваринного світу. Довіма зі слонами досі вважається однією із найнезвичайніших фешн світлин усіх часів.

Зображуючи більш соціально розкуту жіночу ідентичність протягом 70-х і 80-х років, модні фотографії Аведона еволюціонували та більше зосередились на “моментах”, а не на оповідних сценах. Однак те, що залишалось незмінним, це переважне тонке відчуття внутрішнього світу суб'єкта його знімань.

Подібним чином, робота фотографа з модельєрами протягом 80-х і 90-х свідчила про створення образів для візуальних промоцій, що виходять за межі певного сезону чи колекції. Це було очевидно в

роботах, створених у співпраці фотохудожника із давнім колегою і другом Джанні Версаче. Творчі відносини Аведона з Джанні та Донателлою Версаче тривали більше двох десятиліть, що призвело до створення одних із найвідоміших рекламних кампаній однойменного модного дому за участю супермоделей 90-х Кейт Мосс, Крісті Терлінгтон, Клаудії Шиффер, Лінди Євангелісти, Наомі Кемпбелл. Роботи Аведона для “Versace”, безсумнівно, сформували ідентичність бренду митця, яким ми знаємо його сьогодні, прославляючи чуттєве, потужне та безстрашне бачення жіночності [2].

До авторських стилістичних ознак робіт Річарда Аведона відносяться робота з широкоформатною камерою, яка гарантує, що модель заповнить кадр, переважне використання чорно-білої фотоплівки, сильний контраст між об'єктом зйомки та простором навколо нього, інтимна композиція, емоційна експресія, зображення в динаміці, експерименти з сюжетами. Погляд також привертають тонкі деталі образів його героїнь, від силуету руки в атласній рукавичці до прикраси на рукаві пальця та специфічного відтінку матово-рожевої помади, яку носить фотомодель [1].

Розмах і креативність творчості Аведона зробили його одним із найвпливовіших фотографів ХХ століття. Його фотографії, як стверджувало видання “New York Times”, “допомогли визначити стиль, красу та культуру Америки та світу” [2] з 1950-х років до початку ХХІ століття. Митець створював інноваційні контексти як для фотомоделі, так і для модного бренду, створюючи візуально захоплюючі, неймовірні образи, які надовго відклалися у пам'яті та змінили хід багатьох аспектів культури модної фотографії.

Список використаних джерел:

1. Gefter P. Why Richard Avedon’s work has never been more relevant (published 2017). *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2017/11/13/arts/design/richard-avedon-nothing-personal-pace-macgill.html> (дата звернення: 30.02.2023).

2. Hill K. Richard Avedon | international photography hall of fame. *International Photography Hall of Fame*. URL: <https://iphf.org/inductees/richard-avedon/> (дата звернення: 28.02.2023).

3. History. *The Richard Avedon Foundation*. URL: <https://www.avedonfoundation.org> (дата звернення: 21.02.2023).

4. Palmer E. A. Seeing Richard Avedon : A DISSERTATION. 2008. 321 с.

ФОТОМИСТЕЦТВО ЯК ЗАСІБ ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КРИЗИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ

Екологічні проблеми є предметом глобальних досліджень та дискусій. В кожній країні наразі основними гаслом і вимогою процесу виробництва/споживання є «ecofriendly». Ситуації, що мали місце під час Першої та Другої Світових воєн, випробувань в Хіросімі і Нагасакі, вибуху на Чорнобильській АЕС (1986) тощо, наштовхували людство звертати увагу на стан середовища, в якому воно безпосередньо перебувало, але переважно вже на етапі пост-події. На сьогодні увага світової спільноти щодо актуальності і масштабів екологічних загроз зосередилася на повномасштабному вторгненні росії в Україну.

Міждисциплінарна взаємодія професійних спільнот та суспільства щодо протидії екологічним небезпекам є одним з глобальних трендів не лише в екології, політиці, економіці, але й у мистецтві, яке дедалі більше стає рупором суспільних подій, і особливо під час воєнних дій в Україні. Саме комунікаційна функція мистецтва виходить на передній план і перетворюється на найбільш активний і оперативний інструмент повідомлення про економічний, соціальний, культурний та зокрема екологічний стани. З 2014 року значно зросла роль фотомитців та фоторепортерів не лише у фіксації екологічних злочинів та проблем, але й у інформуванні суспільства про ці проблеми. Фотомистецтво в царині екології на даний час найактивніше розвивається через фоторепортерство.

Фотомитці через свою творчість найкраще передають реальний стан речей, оскільки їхні роботи напряму пов'язані зі світовідчуттям та є рефлексією на дійсність. Твори мистецтва відображають ставлення автора до гострих проблем, його погляд на події, як от у фотомистецтві, де митець стає свідком виняткового моменту. В обмежених та життєво-небезпечних умовах повномасштабного вторгнення наявність інформації стає вкрай необхідною, оскільки матеріали, зафіксовані на фото, дають можливість документувати та архівувати події через найбільш активний ресурс – візуальний. Для репортажного фотографа необхідний об'єктив з великим діапазоном фокусної відстані, але можуть використовуватися і недорогі універсальні об'єктиви. Наразі

можемо згадувати і доволі незвичну техніку – смартфони, супутники, дрони.

Основними платформами публікації робіт фоторепортерів стають сайти новин і онлайн видання («УНІАН», «Укрінформ», «РІА Новини», «Українські новини», «Ікла», «TheUkrainian» тощо), сайти громадських організацій, соціальні мережі (наприклад, канали «Голос України», «Суспільне», «Україна online», Instagram, Telegram, Facebook, Twitter), офіційні сторінки Міністерств, закордонні видання тощо [2].

Фотографії після афішування губляться серед потоку новин, тому додатковою необхідністю є збір і впорядкування даних, а саме – створення архівів. В Україні існують процеси архівування власне фотографії періоду повномасштабного вторгнення росії в Україну. Ukrainian Warchive – це онлайн-архів фотографій, що документують війну, яка зараз триває. Мета проекту – збереження фотографічної спадщини та пам'яті про війну на майбутнє [6]. Також, архівуванням світлин займається Музей війни в співпраці з Міністерством інформаційної політики України. Велика кількість світлин, що потрапляють у ці архіви, стосуються саме екологічної інформації.

Український культурний фонд пропонує гранти у сферах аудіовізуального мистецтва та культурної спадщини (з реалізацією процесу діджиталізації). Глобальний екологічний фонд (Global Environmental Facility) надає фінансову підтримку в реалізації екологічної діяльності. Але два напрямки – фотомистецтво та екологія не фігурують спільно ні в одній грантовій пропозиції, що є ознакою недостатньої структурованості та актуалізованості екологічного фоторепортажу.

Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну екологія зазнала катастрофічних змін. За результатами досліджень Центру екологічних ініціатив “Екодія” викиди газів в атмосферу склали 25,7 млн. тонн CO₂ – сумарно від пожеж та вибухів. Викиди від бойових дій складають 1,3 млн. тонн CO₂ (станом на період 7-ми місяців), з яких 30% - це маса бойових припасів і зброї, а 70% - супровідні процеси з транспортування, запусків та згоряння. Кількість пожеж, порівняно з 2021-м роком зросла в 122 рази, а їх площа – в 38 разів. Ці дані засвідчують, наскільки руйнівною є діяльність рфії проти людських і природних ресурсів України [1].

Але не тільки цифрові показники є доказом екологічних злочинів та загроз, але передусім встановлення фактів та масштабів цих руйнувань є важливою передумовою подальшого екологічного відновлення та регенерації. Фотографи, які фіксують екологічні

злочини і загрози під час бойових дій, виконують низку важливих функцій:

- популяризація інформації;
- документування (знімки бойових дій, руйнувань, гуманітарних місій, наслідків обстрілів забезпечують фіксацію подій на історичному рівні);
- привернення уваги (до прикладу можемо взяти роботи Emilio Mogenatti, Гліба Гаранича, Павла Дорогого, Євгенія Малолетки) [3];
- висвітлення гуманітарної ситуації (фотографії з точок активних бойових дій або епіцентрів руйнування дають змогу проінформувати і залучити ресурси для надання допомоги потерпілим);
- створення доказів правопорушень (фотографії, зняті на місцях подій в перші моменти мають цінність як докази моральних, кримінальних, гуманітарних, економічних та екологічних злочинів проти України і можуть бути використані при проведенні розслідувань).

Фотомистецтво є професійним інструментом відображення реальності і служить вирішальним важелем у створенні візуально-історичного ряду, основною функцією якого є збереження та увічнення визначних подій. Галереї та виставкові зали, метро, парки, вокзали і вулиці використовуються для демонстрації воєнних фотографій, які умовно можемо поділити за тематиками – зруйнована інфраструктура, наслідки пожеж, злочини проти тварин, руйнування природних комплексів, евакуація. Інсталяції викликають сильну емоційну хвилю, перетворюючи весь масив інформації в чітко-сформульоване, містке та зрозуміле повідомлення для кожного глядача. Проаналізовані проекти («Нас не зламати», «Розлам Харків», «ВІЙНА: фотодокументація з північних околиць Києва у період з 5 до 16 квітня 2022 року», демонстрована у Стокгольмі) підтверджують цінність впливу зображень на свідомість людей. Великою перевагою виставок перед висвітленням фото у новинному контенті є їх більша свобода від цензури, тривалість демонстрації та створення фізичного простору навколо відвідувача. Основною метою даних виставок є найбільш широкий показ жорстокості росії проти української держави, народу та природних ресурсів через фотофіксовану реальність. У контексті таких задач можемо розглядати і екологічні злочини, оскільки середовищем існування в сучасному світі є простір міста з організованою інфраструктурою, яка має в собі потенційно небезпечні для довкілля складові. Їхнє знищення прирівнюється до серйозної руйнації природного середовища існування і стає загрозою для усього світу [4, 5, 7]. Потенціал фотомистецтва в розрізі його участі у мистецьких проектах є широким. Насамперед, фотографії можуть бути залучені в

якості лотів для аукціону, після якого кошти будуть спрямовані на підтримку, діджиталізацію та відновлення екології України.

Для відстежування загальної інформації щодо екологічного стану на регіональному рівні існують різноманітні інтерактивні інфографіки, що у своєму наповненні мають статистичні дані щодо забруднень. SaveEcoBot (<https://www.saveecobot.com/maps>) – екологічний чат-бот, який поєднує дані про забруднення, забруднювачів та інструменти захисту довкілля. Datawrapper (https://www.datawrapper.de/_/8qcEa/) – платформа, створена для відслідковування екологічних злочинів, що стали наслідком бойових дій росії проти України (дані висвітлюються за Херсонську область і поділені на види забруднень, загрозу винищення, мінування тощо). В подальшому можна розглядати такі перспективи як створення архівної бази для висвітлення екологічного стану через структуровану за регіонами і часом систему фотографій-свідчень злочинів проти природних ресурсів. Яскравими прикладами фіксування екологічних злочинів є «Фельдман екопарк» у Харкові та Національний заповідник «Асканія-Нова» в Херсонській області [8]. Фотографії в даному випадку є інструментом збору і збереження інформації, що в подальшому може бути використаний в процесах розслідувань і занесення інформації до архіву.

Окремі фотографії, які фіксують не лише негативні наслідки, але й показують і стимулюють людяність сформували навіть цілі напрями сучасної тематики фотомистецтва, наприклад, «воїни і тварини», які розвинулися в цілі рухи пропаганди щодо захисту прав тварин. Крім того, часто фотографії тварин з війни стали культурним надбанням світової спільноти. Наприклад, завдяки фото тварин із зоопарку в Миколаєві та якісній промокампанії багато людей купили квитки на відвідини зоопарку на майбутнє, таким чином профінансувавши харчування цих тварин під обстрілами. Завдяки праці фоторепортерів та фотохудожників багато безпритульних тварин отримали новий дім не лише в Україна, але й за кордоном.

Можемо стверджувати, що роль фоторепортерів у висвітленні екологічної кризи неможливо переоцінити, оскільки їх робота фіксує та поширює інформацію про середовище існування кожного з нас. даного напрямку фотомистецтва є необхідною умовою передбачення і подолання екологічних катастроф. Співпраця з екоорганізаціями, такими як «Екодія», Українське об'єднання захисників тварин (<http://uaaa.org.ua/>) надасть більше варіантів пошуку фінансування і підтримки ініціатив, спрямованих на дослідження та реалізацію відновлюючих процесів. Саме якісні та мистецькі фото допомагають активізувати фандрейзинг для вирішення проблем тварин в умовах

війни, прилаштувати постраждалих та безпритульних тварин із зони бойових дій. Поширення візуальної та статистичної інформації, зібраної на регіональному рівні і показаної на світовому, дозволить сприймати, аналізувати та розуміти екологічний стан в Україні більш правдиво і детально. Практика фіксування і дослідження екозлочинів дозволить визначити стратегію запобігання і подолання проблем, викликаних жорстокістю росії проти України.

Список використаних джерел:

1. Війна росії в Україні: згубні наслідки для клімату. URL: <https://ecoaction.org.ua/vijna-rosii-naslidky-klimatu.html> (дата звернення: 28.04.2023)

2. Гордієнко Тетяна. Військова фотографія стає способом зробити кар'єру і заробити грошей, - Олександр Ляпін, «Укрінформ». Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/18838/2017-05-01-viyskova-fotografiya-staie-sposobom-zrobyty-karieru-i-zarobyty-groshey-oleksandriyarin-ukrinform/> (дата звернення: 30.04.2023)

3. Жила Надія. 15 фото війни в Україні, які облетіли весь світ. Екодія. URL: <https://ecoaction.org.ua/vijna-rosii-naslidky-klimatu.html> (дата звернення: 30.04.2023)

4. Левицька Олеся. Фотозвіт з відкриття виставки «Розлам Харків». Артцентр «Дзига». URL: <https://dzyga.com/fotozvit-vidkryttya-vystavky-rozlam-harkiv/> (дата звернення: 29.04.2023)

5. Міністерство інформаційної політики України. У Стокгольмі відкрилася унікальна фотовиставка про наслідки російської окупації Київської області. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/u-stokgolmi-vidkrilasya-unikalna-fotovistavka-pro-naslidki-rosijskoyi-okupaciyi-kiyivskoyi-oblasti> (дата звернення: 28.04.2023)

6. Терещенко Марія. Ця війна — найбільш задокументована у світлинах і відео. Фотографи про шок-контент та реакцію світу. Свої.City. URL: <https://svoi.city/articles/264717/prosto-lyudi-lyublyat-divitisy-na-krov-yevgen-malolyetka-pro-robotu-fotografom-ta-cenzuru-na-vijni> (дата звернення: 01.05.2023)

7.У Львові триває фотовиставка «Нас не зламати». ГУРТ. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/85939/> (дата звернення: 29.04.2023).

8.Федоркова Тетяна, Носков Володимир. Харківський екопарк: як він жив у перші місяці відкритої війни та де тварини перебувають зараз. Накіпіло. URL: <https://nakipelo.ua/ru/kharkivskiyj-ekoparku-iaak-vin-zhyv-u-pershi-misiatsi-vidkrytoi-vijny-ta-de-tvaryny-perebuvauiut-zaraz> (дата звернення: 01.05.2023).

МОСКАЛЬОВА С. М.

Студентка 1-го курсу заочної форми навчання
ОП «Менеджмент мистецтва»
спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
ЛНАМ, Львів

ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА СМАКИ СПОЖИВАЧІВ РОСІЙСЬКОЇ МУЗИКИ НА ПЛАТФОРМІ SPOTIFY

Споживання російського контенту українцями є досить важливим питанням та поширеною проблемою, яка є актуальною в житті українців та зараз, в умовах війни. Досі не всі українці відмовились від споживання української музики, що є проблемою в культурному та політичному контексті в умовах війни, а також в контексті національної ідентичності. Можна зазначити, що все більше людей почало розуміти як важливо відмовлятися від російського та виходити якомога далі з цього інфопростору.

Метою дослідження є виявлення причини змін музичних смаків українців на прикладі платформи Spotify за час повномасштабного вторгнення 2022- 2023рр.

Дослідження складається аналізу процесів, які повпливали на зміни смаків українців на платформі Spotify та настроїв людей шляхом опитувань. За основу дослідження взято офіційну статистику популярних треків в Spotify, кількість завантажень, Instagram як джерело дослідження соціальних хвилювань та настроїв.

Початок повномасштабного російського вторгнення спричинив масові відмови від російського контенту, та дав поштовх на прослуховування української музики в великих масштабах.

Досліджено популярність платформи Spotify серед українців, а також проаналізовано статистику найчастіше прослухованих треків та зміни смаків за останній рік. А також з'ясовано, чи продовжують українці слухати російську музику і далі.

Згідно з дослідженням Molfar, станом на червень 2022 року, 192,59к українців стали користувачами Spotify [1]. Він є найпопулярнішим з програм прослуховування музики в Україні станом на червень.

Проаналізувавши процес змін, можна зазначити що тенденція змін за перше та за друге півріччя мають суттєві відмінності.

Так, топи чартів демонструють у топ-100 композиціях на Spotify, що кількість російських виконавців в другому півріччі скоротилась (зі 48% до 18%), а кількість українських виконавців збільшилася (з 38% до 45%).[2].

В першому півріччі на Spotify процес відмови йшов досить повільними темпами. В ТОПі досить довго були пісні російських виконавців. В рейтингу популярних пісень Spotify станом та липень 2022 можна побачити що кожна друга пісня в українському ТОПі — російська [1].

В другому ж півріччі кількість російських виконавців на Spotify значно зменшилась. А популярність спотіфаю виросла на 48 %.[2].

Динаміка змін за рік війни говорить про збільшення української свідомості. Однак проблема все ще існує. Це демонструє топ-10 популярних композицій в Україні, згідно зі статистикою Spotify, де все ще є російські композиції.[3],[4].

Вподобання українських користувачів Spotify все більше і більше змінюються на користь культурі України, що є дуже позитивним явищем. З причин змін можна зазначити що усвідомлення, чим небезпечне є споживання російського, призвело за поступового витіснення такого контенту. Проаналізувавши соціальні настрої в Instagram, можна спостерігати як з 24 лютого почалися масові заклики людей відмовляти від усього російського, зокрема, від музики. [5-9].

Можна виділити основні аргументації що закликають відмовитись від споживання російського контенту та культури:

- **Економічна підтримка**

Кожне прослуховування російської пісні — це заробіток, а як наслідок — російські податки, котрі перетворюються на ворожі ракети, зброю, підтримку армії та економічну підтримку росії в цілому. [6], [7].

- **Маніпуляції, пропаганда.**

Пропаганда ідею братніх народів, заперечення русофобії.

- **Нав'язання культури**

Витіснення українського російським, просування кремлівських наративів та комплексу меншовартості. Нав'язання ідей про велич російської культури.

Залежність від російського контенту відтягує момент становлення українців як нації.[6].

Стосовно сучасного розвитку української музики та її популярності можна побачити що війна змусила українців зробити культурний стрибок та більше вкладатись в розвиток культури. Українські виконавці все більше і більше зустрічаються в топах

міжнародних чартів. За час повномасштабного вторгнення росії українці почали створювати власний контент, різний за жанрами, темами, якістю. Витіснення російської культури — перший етап до формування власної.

Українська музика просувається в Україні та світі. Згідно із підсумками року Spotify 2022 року, найпопулярнішим українським артистом є переможець "Євробачення-2022", гурт Kalush Orchestra. А також Skofka, Океан Ельзи, Валентин Стрикало та Jerry Heil. [10]. Серед іноземців українська музика набрала популярності внаслідок Євробачення 2022, а також соцмереж, стрімінгових платформ, постійних виступів українських виконавців в Європі за останній рік.

Розвиток та популярність українські артистів здійснюються в основному за допомогою соціальних мереж та стрімінгових платформ, проєків, спрямованих на популяризацію молодого покоління українських виконавців (фестивалі, концерти, та ін).

Провівши опитування серед друзів та знайомих, а також згідно із дослідженням СЛУХ можна зазначити що багато молоді не слухало українську музику, бо просто не знали щосаме слухати. [11].

Очевидно, саме молодь повинна більше просувати український контент, зокрема за допомогою соціальних мереж, започатковувати тренди на українську музику, робити її вірусною, та таким чином просувати та популяризувати українську культуру. Музика та культура є надзвичайно важливими в національній ідентичності громадян України, і ми повинні її розвивати.

Список використаних джерел:

1. Назва: Російське в українських трендах: на яких музичних платформах найбільше російського контенту? Автор: OSINT-спільнота Molfar URL Російське в українських трендах: на яких музичних платформах найбільше російського контенту? (molfar.global) (Дата звернення: 07.06.2023)

2. Яку музику слухали українці у 2022 році: російські виконавці у чартах. Автор: OSINT-спільнота Molfar URL Яку музику слухали українці у 2022 році: російські виконавці у чартах. Аналітика Molfar (Дата звернення: 07.06.2023)

3. Spotify Daily Chart - Ukraine. *Kworb.net - All your music data needs in one place.* URL: https://kworb.net/spotify/country/ua_daily.html (date of access: 07.06.2023).

4. Spotify - Web Player: Music for everyone. *Spotify*. URL: <https://open.spotify.com/> (date of access: 07.06.2023).

5. Автор: UKRAÏNER; Сайт: Instagram; UKRAÏNER on Instagram: розбираємося, як війні сприяє р*сійська культура і чому важливо її бойкотувати." URL <https://www.instagram.com/p/Ch7EjT9ICvE/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D> (Дата звернення: 07.06.2023)

6. Naiem M. Mariam Naiem on Instagram: "Вчора вручну перевіряла всі топ 100 пісень. З них 27 було від російських виконавців. Тому актуально." *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/p/ChKLWRLPw53/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==> (дата звернення: 07.06.2023).

7. Music J. Jay Music on Instagram: "98% людей не знає про це. Але тепер і ви знаєте. Поширюйте! Будьте обізнані!". *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/p/Cc-tm-rMaLV/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==> (дата звернення: 07.06.2023).

8. Наталка. Наталка on Instagram: Що з російською музикою не так?. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/p/CgG7igUK9-Y/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==> (дата звернення: 07.06.2023).

9. Україні І. Історія України on Instagram: Чому мова та культура має значення для України?. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/p/CfG-lcaD3io/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==> (дата звернення: 07.06.2023).

10. Габріадзе К. Spotify назвав найпопулярніші пісні, артистів, альбоми 2022 року. *TCH.ua*. URL: <https://tsn.ua/glamur/spotify-nazvav-naurpulyarnishi-pisni-artistiv-albomi-2022-roku-2215909.html> (дата звернення: 07.06.2023).

11. Битва за молодь, яку ми програли: чому підліткам чхати на українську музику. *СЛУХ – медіа про музику та все, що навколо неї*. URL: <https://slukh.media/texts/skibidi-teenagers/> (дата звернення: 07.06.2023).

НІКІТЕНКО К.В.

д. іст. н., декан факультету історії та теорії мистецтва
Львівської національної академії мистецтв.

МИСТЕЦТВО ПРОТЕСТУ ЯК ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ ВИКЛИКІВ БУРХЛИВОГО ЧАСУ

Справжнє мистецтво завжди передбачає певний новаторський імпульс. Талант повсякчас має свій власний та незалежний погляд на світ. У той же час, мистецтво, іноді навіть несвідомо, здатне не лише дати світу нові форми, а й вивести культуру на якісно новий, вищий рівень. Безперечно, це виклик для посередності. Появу нових мистецьких форм завжди неоднозначно зустрічало суспільство. Переважну більшість знаних на сучасному етапі митців, свого часу звинувачували практично в «підриві морально-етичних і культурних підвалин» суспільства. Тому є цілком логічним, що нові форми таврували собі шлях, як правило, у не дуже сприятливих для себе умовах.

Мистецтво завжди є породженням викликів свого часу, відповідає моменту й віддзеркалює картину світу. В суспільно-культурному середовищі немає шансів для існування чогось штучного, адже воно миттєво виявиться нежиттєздатним. Зауважимо, що ще ХІХ століття стало часом революційних змін у соціальних відносинах. Промисловий переворот важким катком знищив старі звичаї та форми суспільних відносин. Те, що формувалося століттями, водночас знецінилося. Новий і молодий світ пробивав собі дорогу. Разом із тим, побудова надсучасних (на той період) заводів і фабрик дозволила виготовляти не лише товари широкого вжитку, але й зброю в нечуваних раніше, промислових масштабах, що в підсумку вилилося у дві світові війни та винахід зброї масового ураження. Безперечно, що після ядерної атаки на Хіросіму та Нагасакі, людство вступило в нову фазу свого існування. Тривога й відвертий страх за своє майбутнє вразили всі верстви суспільства, але насамперед молодь (потенційних приречених солдатів чергових міждержавних битв). «Війна – справа молодих», як співав відомий рок-музикант Віктор Цой.

Незважаючи на однозначне засудження людством найбільших трагедій ХХ століття – світових воєн, локальні конфлікти тривали. Зауважимо, що Першу світову війну в історіографії СРСР завжди назвали імперіалістичною, наголошуючи, що справедливою з поглядів міжнародного права, вона не була для жодної з країн, які воювали. Втім, конфлікти другої половини ХХ століття, приміром, війна США у

В'єтнами або СРСР в Афганістані тощо, були так само малозрозумілі молодим людям – майбутнім солдатам. Світові лідери прагнули реалізувати насамперед свої геополітичні інтереси, часто всупереч всім нормам міжнародного права, розв'язуючи відверто загарбницькі війни. Відповідно, молодь мала повне право звинуватити старше покоління (яке на словах демонстративно засуджувало воєнні злочини) в обмані та лицемірстві.

Разом із тим, ХХ століття – це ще й період двох науково-технічних революцій. Сучасні технології потребували кваліфікованих кадрів, що обумовлювало попит на освічену молодь. Приміром, у Франції впродовж 1950-1968 років кількість студентів зросла в чотири рази [1, с.88]. Аналогічні процеси були характерні для більшості країн світу.

Зрозуміло, що розумні, освічені люди не бажали бути лишень пішаками в іграх новітніх диктаторів. Не бажали помирати за красиві ідеї, за якими приховували антилюдський зміст. Після Другої світової війни фашизм однозначно був засуджений людством. Всю правду про іншу надзвичайно привабливу на папері теорію – комунізм, який обіцяв свободу, рівність, братерство тощо, СРСР доволі швидко продемонстрував усьому світу. Демократичний світ наочно побачив, до чого можуть довести мрії про «світову революцію» та яке потворно-тоталітарне суспільство насправді приховується за красивими казками про «побудову комунізму». Світ побачив, якою кривавою ціною придушили Берлінське повстання в 1953 році. Сотні тисяч людей тікали з комуністичного «раю» до капіталістичного «пекла», розповідаючи мешканцям тих країн, які їх приймали, правду про жахи життя під диктатом і контролем злочинної влади. Черговими злочинами, що значно підірвали віру мрійників-інтелектуалів у «побудову комунізму», стали події 1956 року в Угорщині та розчавлена радянською армією «Празька весна». До формально «незалежних» країн введені радянські танки, екіпажі яких без жодних вагань відкривали вогонь й чавили мирних демонстрантів.

Показова й доля «останнього революціонера» ХХ століття Че Гевари, який загинув у Болівії в 1967 році. Партизанський загін, під гордою назвою «Національна визвольна армія Болівії», нараховував лишень калька десятків бійців, і нікого «визволити» так і не встиг, а був швидко вистежений та знищений. Показово, що видали його урядовим військам звичайні прості селяни, які зовсім не зрозуміли ідей «світової революції», сприйнявши «революціонерів» як звичайних вбивць-терористів.

Отже, незважаючи на те, що світ у другій половині ХХ століття скидався на порохову діжку й був переповнений проблемами, які загрожували навіть самому існуванню людства, разом із тим вже стало очевидним, що ці проблеми потребують не криваво-революційного, а цивілізованого шляху їх вирішення.

Освічена студентська молодь стала в авангарді змін. Можна сказати, що молоді люди не просили, а вимагали. Легендарне гасло: «Ми чекаємо змін», кинуте Віктором Цоем у «перебудовні» 1980-ті роки, було актуальним для розвинутих країн ще з кінця 1950-1960-х років. Приміром, в антивоєнному марші, який пройшов в Англії в квітні 1958 року, більшість учасників була представниками саме молоді. Згідно поліцейських звітів – молодше 21 року. Хода протесту максимально нагадувала студентський карнавал. Мітингувальники несли креативні плакати, співали пісень, дехто вдягнувся в театралізовані карикатурні костюми, виготовили паперові «ядерні бомби», які потім знищили тощо. На мітингу не було зафіксовано жодної асоціально-агресивної поведінки [1, с. 61].

Таким чином, у другій половині ХХ століття авангардом протестного руху стала молодь, насамперед студентство. Молодіжний рух того часу в розвинених країнах набув певних спільних особливостей, зокрема:

- активна критика старших поколінь, втім акцент не на наявних соціально-економічних проблемах, а насамперед на духовно-психологічній складовій особистості (нещирість, «doublethink» – двоєдумство, термін, введений Д. Орвеллом, у фантастичній антиутопії «1984», але який ідеально відповідав тогочасній картині світу; формування культу споживання тощо);
- підкреслення конфлікту між правами і свободами розвинутої особистості й фальшиво-показними нормами моралі тогочасного буржуазного суспільства, яке молодь поступово почала сприймати як негативно-вороже;
- проголошення «культурної революції» універсальним способом соціально-політичного перетворення суспільства (показово, що музиканти, які починали грати, приміром, «революційний» рок-н-рол, або не менш «радикальний» рок, щиро вірили, що своєю творчістю вони здатні змінити світ) тощо.

Зауважимо, що радянська молодь, не зважаючи на «залізну завісу» та певну ізоляцію від демократичного світу, теж відчувала ці тенденції. Приміром, відомий музикант, гітарист рок-групи «Кіно» Олексій Рибін, згадував: «Зміни, про які співав Віктор (Цой – авт.), – це не зміни політичного ладу... Це зміни набагато глибші всередині себе,

про які співали, писали, малювали, ліпили всі художники світу» [2]. Боротьба за майбутнє впевнено перемістилася в мистецьку площину. Акції протесту вже не просто нагадували театралізоване дійство, а набували все більш комедійно-абсурдистського контексту, часто скидаючись на відверте знущання. Приміром, восени 1967 року німецький студент Фріц Тойфель увірвався до кабінету ректора на велосипеді. Skorиставшись відсутністю керівництва університету, вдягнув на себе ректорську мантию, вкрав пачку цигарок (!) і відправився в такому вигляді кататися Берліном. Під час своєї подорожі Фріц агресивно сурмив у ріг. Далі в студентському колі він провів своєрідну пародію на «вчену раду», на якій його обрали новим «ректором». Своїми першими «наказами» Тойфель «скасував» екзамени, «звільнив» із роботи кількох вимогливих викладачів, «прийняв» нові навчальні програми тощо, а також роздарував вкрадені цигарки. На тому його «акція протесту» закінчилася [1, с. 208]. Як доволі консервативне суспільство 1960-х років могло класифікувати подібні дії? Що це було? Протест? Хуліганство? Витівка божевільного? Мистецький хепенінг?

«Колега» Тойфеля, один із лідерів протестів французьких студентів Даніель Кон-Бендіт розважався тим, що міг на лекціях годинами кукурікати або мекати, поступово втягуючи в подібний «перформанс» всю лекційну аудиторію [3, с. 47]. Коли один із власників кав'ярні відмовився обслуговувати «патлатих» студентів, то молодь у відповідь закидала його тістечками й шматками тортів. Цілком відповідно до канонів класичних кінокомедій ще з часів німого кіно. Що ж це за комедія, в якій би не було бійки кремовими тортами?! У 1982 році Фріц Тойфель, вже в доволі поважному віці, був запрошений на телевізійні дебати. Поспілкуватися з ним прийшов держслужбовець найвищого рівня – міністр фінансів. Зрозуміло, що Тойфель серйозну подію миттєво перетворив на чергову свою акцію. Замість відповіді на одне з запитань фінансиста, він просто облив його водою. Міністр теж не залишився в боргу і облив його навзаєм. Шоу відбулося! Фактично вкотре було зіграно репризу з класичного клоунського репертуару. Щент нівельовано саму ідею не лише політичних дебатів, але й всього політичного процесу. Відверті блазні впевнено перемагали політиків із величезним досвідом. Країна реготала перед телевізорами.

Наприкінці 1960-х років світ сколихнули масові студентські виступи. Втім, незважаючи на весь драматизм тих подій, градус насильства залишався на досить низькому рівні. Так, радикали будували барикади й билися з поліцією, але ці протести не мали жодних шансів перерости в щось масштабніше, навіть не кажучи вже про «світову

революцію» (про яку так мріяли пропагандисти з СРСР). Доволі показовий факт, коли представники лівих партій спробували в 1968 році підняти на «класову боротьбу» працівників заводу «Рено», то робітники навіть не пустили їх на територію заводу. Аргументація була простою: «Ви будете все ламати, а відновлювати це все потім нам». Коли перед страйкарями-студентами Сорбонни спробував виступити член ЦК французької комуністичної партії, йому навіть не дали слова [1, с. 96].

Під час студентських виступів у Сорбонні за розум студентів боролися різні політичні сили: від крайніх лівих до відверто профашистських угруповань, але реального впливу на студентство не мали представники жодної політичної сили. Серйозність новітніх «революціонерів», які намагалися закликати вбивати або вмирати за «великі ідеї», викликала в студентства, скоріше, гумористичну реакцію. У відповідь вони створили «Революційний комітет сексуальних дій» – відверту пародію на різноманітні «революційні» комітети. У своєму «програмному маніфесті» члени цього «комітету» наголошували: «Комітет заперечує існування Бога; революцію, пупок Будди тощо...» [1, с. 102].

Французька преса доволі іронічно коментувала: «Жителі Парижу йдуть дивитися на барикади, як римляни – на бої гладіаторів. У натовпі – відомі письменники й актори, світські дами, депутати. Коротше кажучи, Бульміш (сленгова назва бульвару Сен-Мішель, одного з найзнаменитіших місць Парижу) в ці смутні часи став шикарним місцем для прогулянок. Боротьба між студентами і поліцією перетворилася на **видовище** (так в оригіналі – Авт.)» [1, с. 95].

Особливістю другої половини ХХ століття стало те, що в одному котлі сплавилися соціальний, духовний, сексуальний, політичний протести. Відповідно, надзвичайно складно було підвести під мистецтво протесту хоч якусь «ідеологічну базу», адже в ньому так само тісно переплелися ліва філософія та фрейдизм, дзен-буддизм та окультизм, пацифізм і новітній культ ЛСД, нонконформізм і елементарне прагнення молодих людей грати/слухати ту музику, яка їм подобається, хоча це і вважалося майже «аморальним» у тогочасному суспільстві тощо. Безумовно, суміш вийшла надзвичайно вибухова. Наприкінці 1970-х у цей «коктейль» панки додали ще й «оптимістичне» гасло «майбутнього немає».

ХХ століття стало періодом революційних змін не лише в галузі науково-технічних революцій, але й в поглядах на мистецтво. Так, якщо раніше, критеріями мистецтва були якість (краса) роботи і майстерність (талановитість) автора, то в сучасному світі, за влучним висловом Енді Уорхола: «кожен має право на 15 хвилин слави». Відповідно кожен,

навіть без музичної або художньої освіти, міг проголосити себе митцем і почати «творити»: малювати, співати, влаштовувати акції та перформанси. Показово, що абсолютна більшість, приміром, легендарних рок-музикантів ХХ століття, не лише не мали відповідної освіти, але й взагалі не знали нотної грамоти.

Як наголосив відомий український митець Ігор Подольчак: «ХХ століття – це століття, яке кардинально змінило все в мистецтві. Змінився суб'єкт, змінився об'єкт, змінилися відносини між суб'єктом та об'єктом, змінилися відносини суспільства та художника. А також ставлення суспільства до мистецького об'єкту. Нові жанри, новітні технології. Тобто, все змінилося. Сьогодні все можна. І все є мистецтвом. І кожний є художником» [4].

Суспільство настільки потребувало критичного погляду на нього, що будь-яке хуліганство критики-інтелектуали миттєво трактували як сміливий виклик системі, як боротьбу особистості проти моральної деградації суспільства споживання. Дослідниця О. Бондаренко підкреслила: «Кожен твір протестної культури – це виклик, який кинутий культурі «мейнстріму» з метою привернути увагу до глибинних проблем, існування яких заперечується (расова і соціальна нерівність, духовні злидні суспільства споживання)...» [5, с. 20].

Маска блазня була лишень кривим дзеркалом, в якому трикстери ХХ століття намагалися показати людям – жертвам суспільства споживання, які витрачали своє життя заради надприбутків корпорацій, їхнє примітивно-ошукане обличчя. Адже всі пам'ятають безліч прикладів середньовіччя, коли королівський придворний блазень, під маскою божевільного доволі часто приховував надзвичайно гострий розум, і міг собі дозволити сказати в очі монархам те, про що «розумні» люди прагнули промовчати. Іноді поради «блазнів» неабияк впливали на історію Європи. Вочевидь даремно, що одне з провідних німецьких видань в статті, яка була присвячена смерті Фріца Тойфеля, назвало його Уленшпігелем [6, с. 261].

Можна цілком і повністю погодитися з висновком дослідників А. Дмитрієва та А. Сичова: «Багато в чому сучасні радикальні художники повторюють дії юродивих, які могли ходити голими, безчинствувати в церквах, розбивати ікони і привселюдно викривати царя та його сподвижників. Сучасні юродиві, як і їх попередники, руйнують заради утвердження тих цінностей, які проголошуються в суспільстві в якості провідних... Дії юродивого показують, що між реальною поведінкою людей (насамперед тих, хто має духовну або світську владу) і цінностями, які вони декларують, лежить величезна пірва. Особлива скандальність виникає при спробі показати, що ті, хто

багато говорить про ці цінності, насправді всім своїм життям і діяльністю грубо зневажають їх» [7, с.120]. Зауважимо, що на концептуальній подібності естетичних традицій юридичних або блазнів-трикстерів і певних представників сучасного протестного мистецтва наголошує чимало науковців [8, с.82].

Варто підкреслити, що в сучасному світі склалася дещо парадоксальна ситуація: у випадку антикомерційних, протестних, неформатних проєктів, антиреклама (розгромні рецензії, засудження критиками і суспільною думкою тощо) іноді працює значно краще, ніж будь-яка спеціально розроблена хвалебна рекламна концепція (навіть сама агресивна). Бунт проти суспільства споживання ненав'язливо кооптувався до загальносвітових трендів. Приміром, продаж маски Гая Фокса (також відома як маска анонімусів, маска Вендетта або просто маска V), – один із ключових сучасних символів протесту і боротьби проти жадібності корпорацій, за кількістю проданих примірників побив майже всі рекорди, обігнавши продаж навіть масок Бетмена і Гаррі Поттера. Під час протестів 2011 року на сайті Amazon.com лише за рік були продані сотні тисяч примірників [9]. Когнітивний дисонанс цієї ситуації полягає в тому, що продаж кожної маски збагачує одну з «жадібних» корпорацій, проти існування яких і протестують її покупці, – компанію Warner Brothers, яка є правовласником дизайну маски. Тобто символ протесту був розроблений (і приніс непоганий прибуток) тими, проти кого протестують. Так, суто комерційний проєкт став вагомою частиною (обличчям) протесту проти комерції.

Необхідно згадати й той факт, що «останній революціонер» ХХ століття Че Гевара, вже після своєї смерті, перетворився на один з інструментів заробляння грошей, тими самими «капіталістами», з якими він так нещадно боровся за життя. Багатомільйонними накладками наштамповані плакати, футболки, горнятка тощо з зображенням суворого обличчя людини в чорному береті. Будь-який клерк, вдягнувши в офіс під білу сорочку футболку з зображенням «Че», може відчувати себе «бунтарем», сміливим «борцем із системою». Так «боротьба» і «протест» цілком відповідно до реалій постпостмодерну перетворилися на сурогат й мають до справжнього протесту такий же самий стосунок як і комп'ютерна іграшка до реального життя.

Як аргументовано наголошує науковиця М. Штейнман: «Контркультура має ще одну специфічну тенденцію – протест часто виявляється комерційно вигідним... Більш того, комерційний проєкт стає частиною протесту». Вона дещо іронічно наводить приклад радикального панк-гурту Pussy Riot. Зокрема той факт, що в серпні 2012 року адвокат М. Фейгін заявив про те, що назва Pussy Riot запатентована

(права належать компанії «Веб-Біо»). «Поняття «торговельна марка» вже функціонує на території маркетингу, а не політичних комунікацій або сучасного мистецтва. У свою чергу, різниця між брендом і торговою маркою полягає в наявності у бренду репутаційного капіталу, що створює умови для подальшої монетизації. У випадку з Pussy Riot йдеться про комерціалізацію протесту. Подібне явище, у свою чергу, є частиною системи суспільства споживання» [8, с. 78–79]. Найбільший портал Sostav.ru, присвячений питанням реклами, маркетингу та PR, вже наголосив: «Група та її, безумовно, яскравий зовнішній образ вже відбулися як суспільний феномен та відомий бренд». Зауважимо, що над учасницями гурту ще тривав судовий процес, а спритні ділки вже пробували прорахувати гонорари від можливих майбутніх концертів і вірогідні прибутки. Приміром, К. Черіпків, кліпмейкер та співзасновник продюсерської компанії «SEVER Production» вважав, що нескладно було б зробити з Pussy Riot найвідоміший російський музичний гурт на Заході з часів ТаTu [10].

Так, вчорашні хулігани, завсідники поліцейських відділків, зробили непогані кар'єри, дехто нині очолює кафедри в престижних університетах (достатньо згадати, приміром, представників віденської групи акціоністів). Вчорашні «співачки протесту» перетворилися на мільйонерів, що зовсім не заважає їм продовжувати співати пісні своєї дуже далекої молодості, про проблеми, приміром, «маленької» людини. Разом із тим, і багато речей, які були надзвичайно революційними в ХХ столітті, на початку ХХІ вже безнадійно втратили свій радикалізм. Жінкам і національним меншинам (приміром, темношкірому населенню) у більшості країн вже не треба боротися за свої основні права (безумовним виключенням є певні країни мусульманського світу). Одяг, зачіски, татування та пірсинг припинили бути засобом епатажу, суспільного виклику, перетворившись на звичайну частину іміджу (приміром, довге волосся або малюнки на тілі може мати як студент, так і університетський професор). «Контркультура» втратила майже весь свій соціально-революційний підтекст, перетворившись в розвагу для вельми обмеженої кількості інтелектуалів. Цивільні шлюби, що викликали свого часу шалене обурення, перетворилися на звичайне явище. Представники нетрадиційної орієнтації з парій суспільства перетворилися в його повноправних членів, які в багатьох країнах мають право не лише брати шлюб, але й всиновлювати дітей. «Революціонери» й «бунтівники», митці, яким свого часу відмовляли навіть в праві бути «невизнаними геніями», адже вважали, що не лише слово «геній», а навіть «талант» в їхніх випадках є абсолютно недоречним, неупередженим судом історії визнані «класиками». Однак

час не стоїть на місці й на зміну вчорашнім викликам, які вже належать історії, неминуче приходять нові, які неодмінно отримують своє віддзеркалення в новітніх формах сучасного мистецтва.

Список використаних джерел:

1. Нікітенко К. Протест у мистецтві: від «революціонерів» до «класиків» (на прикладі другої половини ХХ століття). Вісник ЛНАМ. 2020. № 44. С. 69-78.
2. Нубель Ф., Тиравський В. Віктор Цой :Безсмертна ікона радянської рок-музики. Global voices. 30/06/2020. URL: <https://uk.globalvoices.org/2020/06/30/4138/>.
3. Кройтор А.В. Політичний акціонізм як форма мистецького вираження політичного протесту. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/16374/A.%20В.%20Кройтор.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
4. Белград Д. Культура спонтанності: Імпровізація і мистецтво в повоєнній Америці. Пер. з англ. К.: Факт, 2008. 528 с.
5. Барчій І.М., Шафраньош О.І. Криза контркультури в США в другій половині ХХ століття. Грані. 2014. № 7 (111) липень. С. 77-82.
6. Качалова Н.А. Выражение намека посредством аллюзии (на материале политических статей). Вестник ЧГПУ. 2001. №10. С. 256–267.
7. Дмитриев А.В., Сычев А.А. Провокация. Введение в теорию. М.: Издательство Юрайт, 2018. 338 с.
8. Штейнман М.А. Анатомия маски протеста: коммуникативный аспект. Вестник РГГУ. Серия Политология. Социально-коммуникативные науки. 2013. № 1. С. 74–85.
9. Carbone Nick How Time Warner Profits from the ‘Anonymous’ Hackers. URL:<https://newsfeed.time.com/2011/08/29/how-time-warner-profits-from-the-anonymous-hackers>.
10. Юдженич Е., Чепурной Е. Время балаклав: Как Pussy Riot стали самым актуальным брендом современности. URL: http://www.sostav.ru/news/2012/08/17/pussy_riot_istoriya.

ПАТИК Р.С.

к. м-ва, доцентка кафедри менеджменту мистецтва,
Львівської національної академії мистецтв,
м. Львів, Україна

ПАТИК О.В.

доцент кафедри дизайну
Національного лісотехнічного університету України
м. Львів, Україна

МАЛЯРСТВО ВОЛОДИМИРА ПАТИКА ЯК ДЖЕРЕЛО УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЕМІГРАЦІЇ

Актуальність формування та збереження національно-культурної ідентичності, обумовлена необхідністю усвідомлення національно-культурних цінностей українського народу, історичної пам'яті, збереження національної мистецької культури. Водночас, формування і збереження національно-культурної ідентичності простежується скрізь колекціонування українського мистецтва, зокрема творів образотворчого мистецтва відомих українських живописців, що своїми творами транслюють національну українську ідею, створюють сприятливі умови для її утвердженні навіть за межами батьківщини. Володимир Йосипович Патик став одним із таких знаних художників, чії твори розійшлися по світу та продовжують своє життя у середовищі української діаспори.

Творчий доробок Володимира Патика є вагомою складовою українського мистецтва другої половини ХХ – початку ХХІ століть, а сам автор є одним із найяскравіших представників львівського мистецького середовища, учнем відомих художників Йосипа Бокшая і Романа Сельського. Володимир Патик – непересічний колорист, працював у жанрах натюрморту, пейзажу, портрету, з тематичною картиною та історичною батальною композицією. Створив низку визначних творів монументального мистецтва: мозаїк та стінописів. Визначальними у творчому характері художника були його емоційність та вразливість. Володимир Патик залишив по собі великий творчий спадок, що налічується численними творами мистця які зберігаються у музейних і приватних колекціях не лише України а й українців у діаспорах Польщі, Словаччини, Чехії, Угорщини, Німеччини, Австрії, Канади, Сполучених Штатів Америки, Японії, Китаю та інших країнах. Частина його робіт подаровані не лише науковим інституціям в Україні, але й таким як музей Т. Г. Шевченка м. Оренбург (рф), Державному меморіальному будинку-музею Фрунзе м. Бішкека (Киргистан), Музею Івана Франка м. Монреаль (Канада); Фундації св. Володимира, м. Торонто (Канада), Приватному музеї професора Шуїфа Хе м. Ханджоу (КНР).

Аналізуючи причини значного успіху малярських творів В. Патики посеред українських емігрантів, насамперед потрібно усвідомити якою була українська еміграція у другій половині ХХ ст. і з кого складався кістяк громади. Переважно це були люди, які під тиском історичних подій змушені були емігрувати з України і не лише внаслідок економічних обставин, а й з політичних. Це цвіт української нації, що в часі II Світової війни боровся за незалежність української держави, це люди які всім своїм серцем любили Україну і бачили її наживо не у розповідях батьків, а власними очима. Це вкрай важливо, бо як розказували українці народжені в еміграції уже друге покоління сприймало розповіді батьків про Україну як казку. Отож, багато пейзажів авторства В.Патики потрапили у колекції українців поза межами України і саме пейзаж був однією із найсильніших граней у творчості художника. Будучи закоханим у свою рідну землю він багато подорожував Україною, як в товаристві художників так і самостійно, маючи зі собою лиш папку з папером, акварелі, пастелі, олівці, наплічник і квиток на рейсовий автобус, не звертаючи уваги на дискомфорт та аскетичні умови його переважного перебування за кордоном. Але саме такі важкі умови дали можливість заглибитися у сам характер пейзажу, людей які населяють цю землю, образи природи. Саме тому ці пейзажі такі глибокі й переконливі. Це не споглядання - це співпереживання і тісний емоційний контакт з образом, який відчуваєш і розказуєш про нього фарбами. І саме тому пейзажі на підсвідомому рівні так глибоко запали у душу емігрантів спраглих за рідною землею.

Другим важливим фактором було те що художники в еміграції, безсумнівно серед них було багато надзвичайно талановитих, нажаль не мали прямого контакту з рідною землею, яка як джерело наповнює душу художника і є основою їхньої творчості. Це були лише спогади про втрачену батьківщину і відтак при надзвичайному професіоналізмі не дихали, і не могли дихати вітром першого свіжого враження від побаченого з безліччю різних мотивів і деталей, які так прив'язують око до того за чим спрагла душа. Таким чином пейзажі В.Патики були ковтком свіжого українського повітря для спраглих душ українців у еміграції. Це була візуалізація їх мрій, спогадів і великої туги за Батьківщиною.

Слід згадати, що художник також був активним учасником всесоюзних пленерів (за часів існування СРСР) мав нагоду відвідати упродовж років безліч мистецьких середовищ, і таким чином за допомогою живопису демонструвати світові багату українську національну традицію. У 1981 році відвідав міжнародний пленер живописців соціалістичних країн (Болгарії, Угорщини, ФРН, Польщі, Румунії, Чехословаччини), у Будинку творчості ім. Коровіна в Гурзуфі, згодом увійшов до творчої групи акварелістів «Заполяр'я-71». Серед подорожей слід згадати

відвідування художником Кольського півострова (1986 р.) – там було зібрано багато матеріалів з Мурманського порту («Порт Мурманськ» (1987)). У період 80-х рр. митець відкрив для себе мальовничі куточки Іссик-Кулю, Ферганської долини, берегів ріки Нарин, побував у Киргизії. Як згадував сам автор, усюди були українці. Згодом, відкриття кордонів дало художнику змогу здійснити чисельні подорожі Європою.

Життєвий і творчий шлях видатного львівського колориста Володимира Патики дотичний не лише до культурного середовища м. Львова в історичному контексті, але і набагато ширше інтегрований у міжнародний культурний простір, став своєрідною національною ідентифікацією численної української діаспори у світі. Українці прийшовши у чужинські краї свято оберігають свої народні звичаї, традиції, культуру, мову, національну пам'ять. Можна сміливо стверджувати, що естетико-ціннісна спрямованість малярства Володимира Патики є складовою збереження національно-культурної ідентичності та духовної безпеки українців у діаспорі, оскільки різного роду естетичні викривлення та орієнтація щодо споживання масової культури є причиною втрати національної своєрідності, втрати цінності життя у цілому. З огляду на те, в культурному житті окремої людини, яка так чи інакше потребує духовного джерела, роль естетичного аспекту духовної безпеки в сучасних умовах постійно зростає.

Дослідження художнього спадку Володимира Патики, з'ясування його місця та ролі у збереженні національної ідентичності мистецтва і культури українців у діаспорі ще потребує подальшого ґрунтовного вивчення. Сучасні процеси розвитку української діаспори вказують на потребу ширшого представлення живопису В. Патики, з'ясування його впливу на збереження культурної ідентичності української діаспори.

Велика кількість робіт майстра, що знаходяться у приватних збірках українців за кордоном недоступні для широкого загалу, а ті, що знаходяться у музеях за кордоном (частина, на жаль не доведено, але фальсифікованих!), здебільшого, перебувають у фондах та експонуються лише на тематичних виставках, присвячених творчості художника або львівському малярству. Творчий доробок В.Патики, що потрапив у колекції як приватні так і державні за кордоном має безперечно визначальне значення для ідентифікації української ідеї, українського мистецтва, української культури України у діаспорі, сприяє національному вихованню, а відтак збереження національної самобутності, продовження традицій свого народу, є основою патріотичного виховання. Висока громадянська позиція, професіоналізм та надзвичайна працелюбність – риси що формують образ Володимира Патики як художника, що розказує через свої твори, через свою жагу до життя усюмо світові про Україну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виставка школи «Емоційного живопису» ім. Володимира Патики у Центрі Митрополита Андрея Шептицького: [каталог]. Автор проекту О. Патик. Львів : [б.в.], 2017. 18 с., іл.
2. Глинчак В. Довгий час до відродження. Образотворче мистецтво. 1989. № 5. С. 4.
3. Голубець О. Між свободою і тоталітаризмом: Мистецьке середовище Львова другої половини ХХ століття : монографія Л. : Академічний експрес, 2001. 176 с.
4. Гаймус І. Монументальний живопис радянського періоду в мистецькому діапазоні Київ-Львів. Образотворче мистецтво. 2013.
5. Маричевський М. Світ Володимира Патики. Образотворче мистецтво. 2004. № 2. С. 20.
6. Маричевський М. Володимир Патик. Одержимість : альбом. Київ : Видавнича фірма "Софія-А", 2004. – 120 с. : іл.19.
7. Овсійчук В. Майстер кольору Володимир Патик. Малярство : альбом. Львів : ТОВ «Брати Сиротинські і К», [201-]. 20 с. : іл.с.
8. Патик В. Про себе. Образотворче мистецтво. 2004. № 2. С. 22-26.
9. Патик Володимир. Малярство. Альбом. Київ – Львів: Фамільна друкарня "HUSS", 2016. 416 с.
10. Патик Володимир. Графіка. Альбом – Київ-Львів: Фамільна друкарня "HUSS", 2016. 400 с.
11. Павельчук І. Володимир Патик. Малярство. Графіка. Образотворче мистецтво. 2016. № 3. С. 88-91.
12. Пленер імені Володимира Патики. Волинські мотиви : кат. вист. творів учасників пленеру імені Володимира Патики. Волинські мотиви, 28.08–04.09, 2018 р. ЗРНМЦ; Творча майстерня Остапа та Роксолани Патик ; Львів, 2018. 47 с.
13. Патик Володимир : альбом. Ханчжоу. [б. в.]. [200-] 22 с. іл.
14. Шимчук Є. Український колоризм України. Шляхирозвитку мистецтва в ХХ столітті. Прекрасне мистецтво. 2009. № 4. С. 20-25.
15. Шимчук Є. Володимир Патик. Світ митця. Прекрасне мистецтво. 2009. №2. С. 58–63.
16. Яців Р. М. Львівська графіка 1945-1990 Традиції новаторство / Роман Миронович Яців. – Київ: Наукова думка, 1992. – 117 с.
17. Яців, Роман. століття: ідеї, явища, персоналії [Текст] : збірник статей. НАН України, Інститут народознавства. Л.: [б.в.], 2006. 351 с.
18. Яців Р. Малярство Володимира Патики. Дзвін. 2016. №9. С. 312 - 329.

ПЕТРУК Н.М.
магістр культурології, член ради спілки ГО “Німецько-Український діалог”, м. Аугсбург, ФРН;

СТРАХАНСЬКА А.А.
курсантка Інституту МПЗ НАСВ,
м. Львів, Україна

ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ВІЙНА НА СХОДІ УКРАЇНИ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА МАНІПУЛЯЦІЯ

Сучасне українське візуальне мистецтво несе свій початок ще до здобуття незалежності. Художники з Одеси, Львова, Києва, рухалися в напрямку експериментів і зверталися до нових видів мистецтва, таких як : перформанс, акціонізм, мистецтво взаємодії. Вони відчули свій час, сміливо дивилися в майбутнє і ставали учасниками суспільно-політичних змін в країні.

Важливою подією для українського мистецтва стала поява Центру сучасного мистецтва Сороса у Києві, а пізніше в Одесі, завдяки якому відбувалися важливі виставки українського та міжнародного мистецтва, а також була створена освітня програма для митців, наприклад, цифрова лабораторія. Важливими стали створення «Мистецького арсеналу» як мистецького простору та PinchukArtCentre — інституції, яка більше 10 років підтримує українських художників та проводить важливу дослідницьку діяльність щодо українського мистецтва. [3]

Людський мозок так влаштований, що ми все сприймаємо через органи чуттів – сенсорику, але одним з домінуючих являється орган зору. Візуальне мистецтво включає в себе живопис, скульптуру, архітектуру, фотографію, кіно, поліграфію. Багато з цих творів мистецтва створені, щоб стимулювати нас через візуальний досвід. Коли ми дивимось на них, то в нас часто з'являються почуття та емоції.

У ХХІ столітті візуальна культура та мистецтва в нашій країні набувають певного новаторства завдяки різноманітності інноваційних, технічних та технологічних засобів. Зростає кількість мистецьких фестивалів, арт-резиденцій та інших мистецьких угруповань. За останнє десятиліття виросла зацікавленість до нього у суспільстві та інтелектуальної спільноти до характеру мистецтва.

До прикладу, мистецтво перформансу добре прослідковується у роботі митця із Донецька – Сергія Захарова, котрий створив

інформаційну виставку «Культура і конфлікт: ІЗОЛЯЦІЯ у вигнанні». Колись він був заарештований бойовиками та ув'язнений у будівлі культурного фонду Донеччини.

«Він створив інсталяцію Картковий будинок. На великих гральних картах зображені очільники «ДНР», а головна карта – це джокер, Володимир Путін. Суть перформансу у тому, що картковий будинок падає, якщо звідти забрати картку джокера, яка стоїть в основі всієї конструкції», - розповідає PR-менеджер фонду ІЗОЛЯЦІЯ Олександр Виноградов. [1]

Винятковою цю виставку зробило те, що там висвітлено як точки зору проукраїнських активістів, так і відеозаписи представників «ДНР», які розповідають про своє ставлення до мистецтва, яке демонстрував фонд у Донецьку.

«Нам не хотілося, щоб це була заідеологізована виставка, яка показує тільки проукраїнську сторону. Ми дійсно показали два боки і дали людям змогу вирішувати, на чієму вони боці. Нам важливо було показати світу, що у ХХІ столітті в Європі можливе подібне варварство», - додає Олександр.

Варто згадати про пропагандистські «мотиваційні» плакати для військових, на прикладі режисера Андрія Приймаченко. Його першою роботою є плакат про капітана СБУ Геннадія Біличенка, який практично став першим військовим, який загинув у зоні ведення збройного конфлікту.

«Самим мистецтвом не переможеш. На тебе їдуть танки, летять літаки, а ти виставиш картинку і все припиниться? У війнах перемагають зброєю. Так заведено. Але мистецтво – це моральні вітаміни солдатам», - розповідає режисер та автор плакатів «Українська весна» Андрій Приймаченко. [1]

Саме плакат виступає найпопулярнішою формою візуального мистецтва, адже швидко реагує на події в Україні. Здебільшого, він не потребує великих часових чи фінансових затрат, також його доступно поширити у великих кількостях, а донесення не потребує особливого глумачення.

«Мистецтво має допомагати людям хоча б на емоційному рівні зрозуміти, що взагалі відбувається у світі. Особливо в час війни людям треба давати зрозуміти хто наш ворог і чому ми з ним воюємо. Мистецтво оперує не інформацією, а емоціями. А вони часом правдивіші за будь-яку інформацію», - вважає режисер. [1]

Також не можна не згадати й Святослава Пашука, ілюстратора з Києва, котрий намалював уже декілька своїх плакатів у стилі пін-ап для

військовослужбовців. «Я роблю свої малюнки не для того, щоб провокувати наших хлопців до вбивства. Для мене це можливість підняти їхній дух. Я маю надію, що мої роботи заставляють їх відчувати себе ближчими до дому», - розповідає ілюстратор. [1]

Святослав Пашук стверджує, що військові з передовою з легкістю сприймають його роботи: фотографуються, отримують позитивні емоції, дякують та цікавляться коли будуть нові. Для нього це найважливіше – отримувати позитивну віддачу від тих, для кого він створює. Після всіх його спроб моральної підтримки військовим на мистецькій платформі, солдатом інформаційної війни себе не вважає.

«Солдат стоїть перед вибором – вбивати чи ні. Ми не вбиваємо. Ми, можливо, гірше, бо провокуємо людей», - підсумовує Святослав Пашук. [1]

У 2018 році у київському метро на станції «Осокорки» з'явився мурал з портретом українського військового - Володимиром Доносом, який простягає яблуко в напрямку пасажирів метрополітену. Це український військовий, який під час боїв за Іловайськ, отримав поранення та потрапив в полон бойовиків.

А минулого року з нагоди Дня захисника, у Львові презентували мистецький перформанс в стилі мурал-арт «Знаймо наших Героїв!». На фасаді Львівської ОДА та у Сквері на Валах були розміщені портретні зображення активних борців за незалежність України, з метою пам'яті та шанування даних Героїв різних епох, формування патріотизму у молодого покоління, національної свідомості, ідейних переконань. Автором перформансу став український митець, магістр сакрального мистецтва, лауреат Державної премії України в галузі архітектури Святослав Владика, а автором ідеї – мистецтвознавиця, дослідниця українського діаспорного мистецтва Христина Береговська.

З початку виникнення збройного конфлікту на теренах нашої держави, активно розпочалась розвиватись одна з форм візуального мистецтва, як демонстрація картин, фоторепортажів відомих художників, аматорів, чи просто військовослужбовців, які через свої емоції висвітлювали реальні події в зоні Донецької та Луганської областей, з метою донесення до суспільства правдивих фактів власними очима, без викривлення чи спалювання.

у 2018 році відбулась виставка картин «Стежками війни», яку організували самі воїни АТО (ООС), котрі перебувають на реабілітації у шпиталі, в межах проходження арт-терапії. Після демонстрації в Україні, лану експозицію перевезли до Великої Британії, з метою демонстрації місцевим мешканцям роботи наших захисників, та

розповісти про справжні події на території Донецької та Луганської областей.

Також у 2020 р. у Харкові відкрилася виставка «АТО/ООС очима сучасних художників» харківських митців Національної спілки художників України за підтримки Харківської обласної громадської організації «Спілка ветеранів АТО» та Громадської організації «Харківський клуб «Генерал». На виставці були представлені близько 100 різних робіт, на яких зображені учасники бойових дій ООС (АТО), моменти бойових дій.

За словами художників, деякі роботи вони писали, як кажуть, з натури, а деякі – за фотосвітлинами своїх героїв. На картинах зображені як колишні, так і чинні військовослужбовці Збройних Сил України. Так, у скульптурі увіковічено офіцера окремої механізованої бригади імені Івана Сірка майора Петра Вітушка. – Гадаю, що скульптор дуже майстерно передав мій образ. Для мене це велика честь. Багатьох людей, зображених на картинах, я знаю особисто і дуже пишаюся цим. Вважаю, що така виставка вкрай корисна у плані військово-патріотичного виховання дітей і молоді. Дякую організаторам за таку добру нагоду побувати тут, – розповів Петро. [5]

Варто згадати й ще одну доцільну форму візуального мистецтва, що розвинулася під впливом збройного конфлікту – скульптура. Зміна її історичних меж інтенсивно відбулась зараз, в умовах нового державотворення, з метою посилення національної самоідентифікації нового структурування.

З початком збройної агресії, по всій території України розпочались відкриватись алеї, пам'ятники, парки, присвячені військовослужбовцям, котрі віддають власне життя за незалежність та територіальний суверенітет нашої країни.

Цього року у парку Києва «Перемога» на Алеї пам'яті з'явилась скульптура, присвячена загиблим учасникам АТО (ООС), автором проекту якого є мама загиблого учасника ООС(АТО) Андрія Гиндюка – Світлана Петрушевська. Дана скульптура вшануватиме загиблих воїнів Дніпровського району міста Києва.

На нашу думку, більшу увагу слід приділити таким формам візуального мистецтва, як: кіно, соціальні ролики, реклама, інформаційні сторінки та портали, відеокліпи, комікси – практично всі засоби масової інформації, котрі оточують нас повсюди; те, що ми бачимо кожного дня, адже воно активно впливає на нашу свідомість.

Кіно для нас витупає не лише мистецтвом, а й інструментом інформування та формування світосприйняття глядачів. Кіно, за своєї

повноцінної роботи, може відігравати важливу роль у збереженні культури мовлення, спілкування чи іміджу. Самі кінематографісти широко використовують різноманітні сучасні технічні засоби.

Кіномистецтво є популярним, легкодоступним, може впливати на почуття та думки соціуму, їх світосприйняття сучасних подій, тому виступає важливою галуззю візуальних мистецтв та культури в цілому.

2014 рік ознаменував нашу країну страшною подією – початком збройної агресії Росії проти України; проте, за 7 років українське кіно відчуло злет, тому що було знято безліч як українських, так і зарубіжних фільмів, котрі екранізують мужність та героїзм наших захисників, розповідають про реальні історії подвигів військових, висвітлюють реалії ООС (АТО).

Режисер Євген Степаненко представив світу свій фільм «Дебальцеве», присвячений жорстокій кровопролитній битві 2015 року «Дебальцевський котел». У стрічці без перебільшення розповідається про реальну історію подвигів і жорстких моментів, з якими майже щодня стикаються наші військові на передовій.

«Ми відповідаємо за тих, кого приручили» – написав колись Антуан де Сент-Екзюпері у своїй казці «Маленький принц». На нашу думку, дуже важливо розуміти, що Україна- наш спільний дім, наша країна. Щоб пам'ятати про це, нагадувати суспільству, в якому живемо, нам і потрібні соціальні ролики, в яких ми відображуємо те, що нас хвилює.

На даному етапі, нашим найбільшим болем є майже десятирічний збройний конфлікт (а, фактично війна) на території Донецької та Луганської областей, який має щемити душу кожного, адже йде боротьба за незалежність, недоторканість, цілісність. Слід пам'ятати, шанувати і допомагати військовим, котрі знаходяться на передовій в бойових умовах для того, щоб українці мирно спали у своїх домівках.

На щастя, на медіа-платформу зійшло багато соціальних роликів про військові події в зоні ООС(АТО), про мужність військових, про нагадування в якому стані зараз наша країна знаходиться. «Заради перемоги» на підтримку воїнів, повернись живим – «Україна у вогні», «Зігрій солдата в зоні АТО» та інші соціальні ролики, які демонструють ПТСТР у захисників, чи проблеми, з якими вони стикаються при поверненні додому з лінії фронту.

Один з таких роликів був презентований у 2015 році, коли перша хвиля військових повернулася додому з зони ведення бойових дій і

спіткнулася з проблемами адаптації до умов нормального життя. «По війні»: як бійцям повернутися з війни додому?»

«За спиртним бійці ховаються від тих реалій, які їх дуже сильно дратують» – режисер Марія Старожицька [2] «Ідея зняти соціальні ролики виникла паралельно у нас, Асоціації волонтерів і психологів цієї організації, тому що хлопців із психологічними проблемами з зони воєнного конфлікту повертається дуже багато. Починати з ними розмову не так легко. А ролики – це так звані флешбеки, це ті сні, в яких хлопці знову повертаються на війну, і це нав'язливі сні (здебільшого жакхливі), їм дуже важко з цим жити», – розповіла Старожицька у розмові з Радіо Свобода. За словами режисера, у роликах знімались вояки з батальйону «Донбас». Вони зітнулися з проблемами, про які йде мова в сюжетах. Одна з проблем – зловживання алкоголем і пошук можливостей подолання залежності від нього, каже Марія Старожицька.

На підтримку солдат у 2014 році був створений соціальний ролик «Зігрій солдата в зоні АТО» з метою залучення суспільства до матеріальної допомоги військовослужбовцям чи купівлі теплого одягу, рукавиць, харчів в волонтерські пункти в своєму місті. « Не будь байдужим до долі країни – підтримай героїв України в зоні АТО»- гасло даної акції.

Також у Славутічї був створений ролик «Вони серед нас» для підтримки ветеранів ООС (АТО) психологині Дар'ї Мельник за підтримки місцевих журналістів та Первинної профспілкової організації ДП НАЕК «Енергоатом» аби висловити повагу до них та їх героїчних вчинків. — Наш Центр працює з учасниками АТО/ООС та членами їхніх родин із 2015 року. Надаємо їм соціальну, психологічну та юридичну допомогу, — розповів кореспонденту АрміяInfoгm директор СПЦ м. Славутич Віктор Одиниця. — Можу сказати, що останнім часом із ветеранами працювати стає дедалі важче, адже в суспільстві, зокрема і за участю деяких засобів масової інформації, виникають хвилі хайпу проти них. Чого лише варті заголовки про якісь негативні події із прив'язкою до учасників бойових дій. Окрім того, за даними наших опитувань, найбільш некомфортно ветерани почуваються в громадському транспорті та медичних закладах через негативне ставлення. — Ми хочемо, щоб якомога більше українців зрозуміли, що сьогодні воїни серед нас, — зауважив Віктор Одиниця. — Вони повернулися додому, вони трохи інші, у них змінився світогляд та сприйняття життя. Вони різні і працюють у різних сферах. Але вони однаково потребують підтримки та толерантного ставлення і від родини й

друзів, і від місцевої громади, і від суспільства загалом. Найголовніше, що дає нашим ветеранам наснаги, — це впевненість у тому, що їхня боротьба не є марною. [4]

Отже, за допомогою візуальної культури та мистецтв є можливість впливати та маніпулювати свідомістю соціуму. Підсумовуючи вищесказане, розвиток сучасних візуальних мистецтв, зокрема кінематографу, демонструє реальний стан подій на сході нашої країни - висвітлення збройного конфлікту, героїчних подвигів захисників України, щоб ми не забували про те, що в нашій державі вже сьомий рік іде збройна боротьба за незалежність, самобутність, недоторканість та територіальну цілісність .

Список використаних джерел:

1. Мистецтво про війну: між творчістю та агіткою. 2016. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/02/160222_war_art_lviv_hk (дата звернення: 09.11.22)

2. Соціальні ролики «По війні»: як бійцям повернутися з війни додому?». Радіо Свобода: веб-сайт. 2015. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27076625.html> (дата звернення: 10.11.22)

3. Українське візуальне мистецтво за 30 років: як змінювалось та чого чекати у майбутньому. Суспільне культура: веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/172804-ukrainske-sucasne-vizualne-mistectvo-za-30-rokiv-ak-zminuvalos-ta-cogo-cekati-u-majbutnomu/> (дата звернення: 09.11.22)

4. У Славутичі створили соціальний ролик для підтримки ветеранів АТО/ООС. АрміяІнформ: веб-сайт. 2021. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/05/u-slavutychi-stvoryly-soczialnyj-rolyk-dlya-pidtrymky-veteraniv-ato-oos/> (дата звернення: 10.11.20)

5. У Харкові відкрилася виставка «АТО/ООС очима сучасних художників». АрміяІнформ: веб-сайт. 2021. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/10/u-harkovi-vidkrylasya-vystavka-ato-oos-ochyma-suchasnyh-hudozhnykiv/> (дата звернення: 10.11.22)

ПОПОВИЧ І.І.
магістр кафедри графічного дизайну ЛНАМ
м. Львів, Україна

МЕТОД ХРОНОГРАФІЇ У СЮРРЕАЛІСТИЧНІЙ ФОТОГРАФІЇ

Від початку винайдення, фотографія завжди коливається між двома полюсами: достовірного висвітлення реальності, чи пошуку нових способів вираження [1]. У кін. ХІХ - поч. ХХ століть фотографи починають все більше експериментувати із матеріалами та методами зйомки, для їх вдосконалення. З точки зору техніки фотографування, сюрреалісти намагалися використовувати її для захоплення світла. Деякі ефекти були повністю освоєні, інші повністю випадкові.

Існує два види сюрреалістичних фотографій: одна, яка залежить від технічних маніпуляцій, і та, яка походить від досліджень. Ми також можемо говорити про контрольовані або спонтанні фотографії. Одним із способів, яким митці на початку цього століття продемонстрували свої зв'язки з наукою, було занепокоєння — як і сама сучасна наука — питаннями часу, простору та руху.

Одним із найпопулярніших способів створення сюрреалістичної фотографії став колаж. Він безперечно дозволяє створювати продукти які наближені до концепції сюрреалізму, але на відміну від живих знімків не справляє сильного емоційного враження. Прийом став настільки широко відомим що роботи дизайнерів та митців почали ставати одноманітними, поверхневими та іноді зовсім банальними та не естетичними.

Можна припустити, що дане дослідження дозволить відкрити більший спектр застосування різних методів сюрреалізму у фотографії та дозволить збагатити та урізноманітнити візуальну комунікацію творців візуального мистецтва та індустрії моди, яка з кожним роком все більше починає апелювати саме до таких методів створення контенту.

Зрештою, мотив оригінальних сюрреалістів полягав у тому, щоб зробити знайоме дивним і показати крихкий світ, сповнений напруги, у новому, схожому на мрію стані.

«Сюрреалізм часто пов'язаний із відчуттям культурних потреб», — пояснює історик моди Керолайн Еленовіц-Гесс . Сучасне культурне середовище невизначеності та тривоги робить фантастичну невідповідність сюрреалізму особливо актуальною у сьогоднішній». [1,2]

Мета дослідження: дослідити розвиток сюрреалізму у фотографії та потенціал використання забутих методів зйомки, які були винайдені у ХХ ст. Прослідкувати та зрозуміти методи створення хронофотографії, виявити її естетичні та технологічні особливості на основі обраного візуального матеріалу. Спробувати їх відтворити на практиці та поєднати з іншими, більш сучасними методами цифрової зйомки.

Чи може хронофотографія, як одна з забутих технік зйомки початку ХХ ст., стати актуальною та дати ще більший поштовх до дослідження та розвитку традиційних методів створення сюрреалістичної фотографії? Усім нам добре відома гіпотеза: усе нове базується на дослідженні та вдосконаленні чогось старого.

Методи сюрреалізму у фотографії

Сюрреалістична фотографія – це прояв творчості, яка використовує різні символи, об'єкти, перспективу та ракурси для зйомки зображення. Це фантастична майстерність відобразити образ того, чого неможливо відчувати в повсякденному житті. Сюрреалістична фотографія не схожа на інші види фотографії; це вимагає більше сприйняття, деталей і проникливості з різних ракурсів. [3]

На зміну традиційним методам фотографування та проявки кадрів приходять нові. Часто фотографи інсценували об'єкти або маніпулювали ними, для отримання трансформованих (контрольованих або випадкових) результатів зображення. Багато із них за собою мають елементи несподіванки або випадковості, що іноді навпаки лише підсилювало отриманий ефект. У процесі пошуку виявилось, що такі методи зйомки надають фотографіям потужнішого емоційного забарвлення аніж звичайна, суха та не цікава нікому традиційна.

До таких, зокрема, можна віднести такі сюрреалістичні методи зйомки:

- подвійна експозиція
- комбінований друк
- монтаж та колажування
- Соляризація або ефект Сабатьє
- поворот або спотворення
- світлографіку (lightpainting)
- фотограма або рентгенографія
- brûlage (горіння)
- фосилізація (скам'яніння)

Винайдення та специфіка методів зйомки руху.

Для того аби підтвердити цінність випадкової фотографії яка фіксувала швидкоплинність, миттєвість життя, вона пояснювалась за

допомогою залучення спеціального терміну — «фотогенія». Якість фотогенії, тобто живого враження без художньої обробки було введено Д. Ф. Араго у статті «Сучасна публіка та фотографія» ще у 1839 р., коли випадковість фотозйомки швидше уявлялась гіпотетичним ідеалом аніж реальною практикою.

У 1861 р. Генрі Дю Монт (Henry Du Mont) отримав патент № 49520 на фотокамеру, яка була здатна фіксувати послідовні фази руху. Даний апарат експонував на один негатив відразу серію знімків. Однак першим справжнього успіху у фіксуванні руху за допомогою фотографії досяг Едвард Мейбридж. Його фокус був направлений у першу чергу на наукове використання фотографії (Naas, 1976). Він займався дослідженням біомеханіки та фізіології руху тварин, що дало поштовх для розвитку такої методики фотозйомки як **хронофотографія** — техніка що дозволяє записувати рух будь-якого об'єкта за допомогою фотографування його окремих фаз через короткі рівні інтервали часу.[4]

Вільно використовувані популярними ілюстраторами в останні 2 десятиліття XIX ст., характерні елементи хронофотографії незабаром стали частиною художньої мови яка ще не була затьмарена, і сьогодні після 80 років, є настільки ж актуальною як і будь-коли, і сприятлива до ще більшого та глибшого дослідження. Такі образи, набагато більше, ніж просто описові чи графічні вимірювання, рясніють експресіоністичною химерою, яка передає велику частину магії фізіологічної фантазії та світу мрій: левітацію, автогенез, розклад матерії [4].

Процес створення хронофотографії та її комбінування з іншими прийомами зйомки

Сучасна фотографічна стробоскопія у своїй найпростішій формі — це метод, за допомогою якого об'єкт, що рухається, освітлюється повторюваними спалахами світла від стробоскопа чи спалаху, у той час як затвор камери залишається відкритим протягом певного періоду часу, достатнього для захоплення об'єкта в кількох місцях протягом процесу тривалої експозиції.

Для того аби досягти бажаного та якісного результату потрібно враховувати відразу декілька факторів:

- знання та уміння налаштування джерел стробоскопічних імпульсів світла та інших ламп;
- вплив фону та інших елементів композиції на кінцеве зображення;
- кількість часу, потрібного для експонування зображення та виконання усіх необхідних маніпуляцій зі світлом;

- знання виходу чи потужності окремих спалахів, створюваних стробоскопом чи іншим джерелом світла.

Використання методу хронофотографії показує досить цікаві результати, але проаналізувавши сучасні більш популярні техніки сюрреалістичної зйомки, виникла ідея дослідити конфігурації саме із досліджуваною методикою. Для поєднання були обрані техніки які реалізуються простіше ніж сама хронофотографія, але теж створюють досить цікаві ефекти.

Для тестування використовувалось декілька прийомів, серед яких:

- зсув, рух камери — при правильних налаштуваннях та експозиції у результаті було отримано багатократне подвоєння об'єкту або патерн;

- рух об'єкта — отримано подібний ефект, як і у першому випадку, але відмінним є те що деякі частини об'єкта залишаються статичними, що дозволяє робити динамічні акценти на зображенні;

- круговий поворот — при використанні такої техніки було отримано зображення які нагадують калейдоскоп;

- light painting — випадок, коли використання стробоскопу чи спалаху може перебувати собою сліди від світлового пера чи лазера. Тому рекомендовано використовувати слабші джерела світла, які потребують більше часу для експонування;

- соляризація — ефект постобробки зображення у Adobe Photoshop, який може не лише надати йому властивостей негативу а й врятувати надлишково експонований кадр, зробивши його темнішим.

У процесі практичного тестування можна побачити що хронофотографія має перспективу не лише як одиничний метод, а й добре комбінується з іншими техніками фотозйомки для досягнення ще більш потужних результатів. Але потрібно бути обережним, адже не усі методи можуть якісно співпрацювати між собою, в результаті даючи не задовільний результат. Потрібно пам'ятати що робота ведеться із динамічною методикою фотозйомки, тому надлишкові рухи можуть лише завдати шкоди зображенню.

Висновки. В результаті проведеного дослідження було проаналізовано роботи фотографів сюрреалістів, та розглянуто основні моменти історичного виникнення та використання методу хронофотографії. Проведено практичне дослідження самої методики та експеримент її комбінування із іншими техніками фотозйомки, та отримано результати які дозволяють розширити спектр прийомів та методів у сюрреалістичній фотографії. Це дозволяє ширше та по-новому глянути на фотографію у цілому та переосмислити її використання у

дизайні, адже саме цей напрям починає активно використовуватись у різних сферах візуальної комунікації. Зокрема найбільше він впливає на індустрію моди, адже проаналізувавши кампейни відомих брендів можна прослідкувати явний ріст апеляції до сюрреалістичних мотивів, що додає загадковості та унікальності бренду, та приваблює нову цільову аудиторію.

Проаналізувавши вище сказане можна дійти висновку що навіть методика фотозйомки, яка була винайдена ще у Вікторіанську епоху, може відкрити новий горизонт для сучасної сюрреалістичної фотографії. Мова візуального мистецтва все більше використовує абстрактні образи та символи, тому класична фотографія вичерпує свій ресурс, та на заміну їй потрібно відроджувати та вдосконалювати те, про що усі відклали у далекий ящик.

Саме хронофотографія може стати тим потужним інструментом, який дозволить розширити спектр не лише сюрреалістичної фотографії, а її в цілому. У такому випадку фотографія може перетворитись не лише у спосіб комунікації а й стати частиною мистецтва та активно з ним взаємодіяти.

Список використаних джерел:

1. Photography and Surrealism. Metmuseum URL: https://www.metmuseum.org/toah/hd/phsr/hd_phsr.htm (дата звернення: 05.11.2022).

2. Surrealism Is Staging a Fashion Comeback URL: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a36877016/surrealism-fashion-comeback> (дата звернення: 15.02.2022).

3. Top 10 Surrealist Photographers You Should Know About URL: <https://www.topteny.com/top-surrealist-photographers-you-should-know-about/> (дата звернення: 10.05.2022).

4. Хронофотографія. Фотографія руху. URL: https://studme.org/363371/psihologiya/hronofotografiya_fotografiya_dvizheniya (дата звернення: 27.04.2022).

5. E.J. Marey: La chronophotographie. Paris:Gauthier - Villars. - 1899.

6. PJ Reptilehouse. Chronophotography URL: <https://www.lensculture.com/projects/521818-chronophotography> (дата звернення: 03.02.2022)

ПОПОВИЧ Я.М.

Старший викладач вищої категорії
Рава-Руської МШ
м. Рава-Руська, Україна

ПРІОРИТЕТИ ОЦИФРУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В УКРАЇНІ

Питання збереження і популяризації українського мистецтва зараз потребує нових підходів і продуктивних методів. На його вирішення вплинули кілька важливих чинників: вірус планетарного масштабу COVID 19, що зруйнував усі усталені норми живої суспільної комунікації; військове вторгнення росії, в результаті котрого втрачено цілі культурні регіони, відбулася вимушена еміграція населення та відтік фахівців за межі України на невизначений термін. Усі ці події створили передумови для різкого падіння рівня економіки, що негативно вплинуло на туристичний сектор у всіх регіонах країни.

Незважаючи на всі проблеми і виклики, саме культурно-мистецьке національне надбання стало причиною визнання унікальності України у сучасних глобалізаційних процесах. Українці вкотре показали всю силу, міць, згуртованість, єдність. За останні чотири роки в культурному просторі України, та й у світі загалом, значимість культурної спадщини, її вирішальний вплив на розвиток економіки набули важливого значення. Втрата звичної моделі спілкування у соціумі вимагала пошуків до нових способів та можливостей для комунікації, виробленню креативних компетентностей, залученню новітніх технологій.

Одним з надважливих і ефективних способів збереження та популяризації об'єктів української культури і мистецтва є їх оцифрування. Сьогодні головним трендом музейно-виставкових просторів стає інтерактивна взаємодія й когнітивні інструменти, які є точкою дотику між людьми та технологічними компаніями. Зазначимо, що сьогодні жодна з мистецьких форм – від бієнале до рейвів – не перебуває осторонь соціальних, політичних, екологічних питань. Тому одним із найважливіших завдань для нашої держави є органічно інтегрувати сучасні цифрові технології в культурний простір України.

У серпні 2019 року у Львові створено Офіс культурних інновацій. Ключовим завданням нової інституції було відкриття потенціалу української культури й науки за посередництва інноваційної платформи-маркетплейсу «Український національний інтелект», саме така форма популяризації спадщини здатна реалізувати принцип «Культура в

смартфоні». Важливим кроком буде повне оцифрування вітчизняної культурної спадщини – визначних творів українських митців, що зберігаються в музеях, архівах та різних науково-освітніх інституціях.

Світова практика збереження та відтворення у майбутньому історико-культурної спадщини, використання технологій доповненої реальності при проведенні екскурсій, віртуалізації музейних експозицій стає все актуальнішою в умовах війни, адже саме за допомогою цих технологій вже вдалося відновити хоча б у віртуальній реальності зруйновані історичні об'єкти, спалені, розбиті та вкрадені цінності нашого народу.

Цифрове супроводження туристів на маршрутах, віртуальні екскурсії, 3 та 4D проєкції вже стали звичним явищем на світовому туристичному ринку, і українські фахівці інтенсивно працюють над впровадження нових ідей використання цифрових технологій для розвитку туризму в Україні.[1]

Особливого значення для збереження культурної спадщини України матимуть методи оцифрування пам'яток, що на межі руйнувань чи зникнення. Ще одним надважливим кроком у збереженні культурного об'єкту є його внесення до єдиного Державного реєстру нерухомих пам'яток України, що в подальшому унеможливить будь-які зловживання щодо неї. Вчасне і об'єктивне подання одиниці матеріальної спадщини на отримання статусу «об'єкту спадщини ЮНЕСКО» має ряд важливих переваг:

- надає додаткові гарантії збереження і цілісності унікальних природних і культурних комплексів.
- підвищує престиж територій і установ, які ними опікуються.
- сприяє популяризації включених у Список об'єктів і розвитку альтернативних видів природокористування (у першу чергу, екологічного туризму).
- забезпечує пріоритетність у залученні фінансових коштів для підтримки об'єктів Світової культурної й природної спадщини, у першу чергу, з Фонду Світової спадщини.
- сприяє організації моніторингу і контролю за станом збереження природних і культурних об'єктів.

Надзвичайний фонд спадщини ЮНЕСКО (Heritage in Emergency Fund) у травні 2023 року схвалив проєкт допомоги Міністерству культури та інформаційної політики на 1,5 млн доларів для розвитку інструментів цифровізації у сфері культурної спадщини України. Результатом плідної робочої зустрічі з керівницею бюро ЮНЕСКО в Україні К'ярою Децці Бардескі стало обговорення конкретних кроків для якнайшвидшого впровадження технічних рішень, які дозволять нам

створити та розвивати сучасні інструменти для оцифрування, моніторингу та збереження української культури», – заявила заступниця міністра культури та інформаційної політики Анастасія Бондар. [2]

Представлення українського мистецтва у світі сьогодні є тим важливим ідентифікуючим фактором нашої нації як потужної культурної платформи. Зокрема, повернення «вкрадених» імен визначних митців, композиторів, науковців до спадщини культури і мистецтва України є одним із першочергових та вирішальних кроків у розбудові національної культури. [3]

Кардинальні соціально-політичні зміни, що відбулися впродовж останніх чотирьох років у світі, мали як негативні, так і багато позитивних наслідків в розбудові культури Української держави:

- українців вперше сприймають не як тотожність росіянам, а як повноцінний і унікальний культурний етнос;
- важливий статус української мови в Україні і світі, розвиток вітчизняного книговидавництва, підтримка українських літераторів;
- підтримка і нове бачення української кіноіндустрії та мультимедіації;
- внесення до переліку об'єктів матеріально та природної. А також нематеріальної спадщини ЮНЕСКО нових об'єктів від України;
- відновлення правдивих історичних фактів і подій;
- ознайомлення з особливостями регіональної національної кухні, традицій, ремесел, фольклору тощо.

Тому завданням засобів і методів цифровізації є створення кластерів та медійних платформ для представлення багатства та унікальності культури України та її потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Львівське мистецтво на карантині. Які екскурсії, вистави та лекції можна переглянути онлайн. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2020/03/19/lvivske-mystetstvo-na-karantyni-i-aki-ekskursii-vystavy-ta-lektsii-mozhna-perehlianusvaty-onlajn>.

2. ЮНЕСКО виділяє \$1,5 мільйона на цифровізацію культурної спадщини України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3716647-unesko-vidilae-15-miljona-na-cifrovizaciu-kulturnoi-spadsini-ukraini.html>

3. 40 знакових постатей української культури. URL: <https://pen.org.ua/40-iconic-figures-of-ukrainian-culture>.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕРЕЖІ EUROPA CINEMAS

За останні роки у різних країнах було істотно розвинено мережу виробництва та просування фільмів на ринок, зокрема створено десятки об'єднань для творців кіно: від профспілок, до об'єднань акторів чи режисерів певного жанру чи часового проміжку.

Серед найважливіших кінооб'єднань подібного типу, які сформували передумови для формування європейських мереж кіновиробників та кінодемонстраторів. Можемо виокремити такі:

Футуристів в Італії. Італійський футуризм був одним з перших великих мистецьких рухів у кіно. Італійські митці того часу - не тільки режисери і сценаристи, але й художники та літератори, бачили у кінематографії спосіб вираження інакшого, нового відношення до часу, швидкості, а також сприймали кіно і його розвиток як доказ пришвидшеного прогресу у технологіях і культурі, стрімкості розвитку нового часу [1]. Одним із небагатьох збережених фільмів є "Thaïs" 1916 року, авторства Антона Джуліо Брагал'ї [2].

Експресіоністи в Німеччині. Німецькі експресіоністи одні з перших побачили у кіно не технологію, а новий спосіб створення мистецтва. Гострі кути, яскраво виражені тіні, театральність, а часто карикатурність персонажів, виражала емоційні переживання авторів [3]. Прикладом слугує "Носферату: симфонія жаху" 1922 року, режисера Фрідріха Мурнау.

Спілка кінематографістів України. Заснована за часів СРСР, у 1958 році, Спілка уже десятки років об'єднує кінотворців зі всієї України, просуває важливість українського кіно в світі і грає велику роль у допомозі починаючим авторам створити перше кіно [4].

Спілки та незалежні рухи допомагали й допомагають у розвитку кіно, створюють зв'язки з кінематографістами різних країн та контролюють і полегшують взаємодію з іншими ланками кіновиробництва та розповсюдження.

Однією з провідних мереж кіновиробництва та кінопросування є Еуропа Сінемас, яка займається об'єднанням спеціалістів, що працюють у кінопрокаті, власників та працівників кінотеатрів. Кінотеатри, як дистриб'ютори і одна з останніх ланок створення кіно,

беруть на себе важливу роль - у постпродакшені (реклама фільмів у кінотеатрах, реклама певних фестивалів, маркетингова стратегія для більшого зацікавлення відвідувача) та, звісно, у так званому постпостпродакшені - власне показі і розповсюдженні фільмів [5].

Кінотеатри є різного типу: з різним репертуаром (в залежності від того чи транслюють вони переважно “масове кіно”, артгауз або ж фестивальне), спеціалізовані (ті, що показують фільми тільки на певну тематику), мережеві, місцеві (з натиском на кіно національного виробництва), з різною кількістю посадкових місць та відмінного способу заробітку на кіно (окрім самих показів, кінотеатри заробляють на їжі та напоях, оренді залів чи інших просторів кінотеатру для приватних показів чи проведення заходів і тд., проведенні фестивалів, співпраці з митцями), способу фінансування (муніципальні, державні, грантові чи приватні кошти) та різної форми власності: від приватних до муніципальних та державних.

Зазвичай, кінотеатри Еуропа Cinemas орієнтуються не на масового глядача, і показують фестивальне, незалежне, європейське або національне кіно, а також артгауз.

Еуропа Cinemas, заснована у 1992 році за підтримки Європейської Комісії та CNC (Centre National du Cinéma et de L'image Animée), є провідною мережею кінотеатрів, що займається просуванням європейських фільмів. За свою 30-річну історію мережа зросла до 1 221 кінотеатру з 3 060 екранами у 38 країнах світу.

Еуропа Cinemas є першою мережею кінотеатрів, що спеціалізується саме на європейських фільмах, усі кінотеатри цієї мережі у переважній відсотковій більшості транслюють власне європейське кіно. Метою Еуропа Cinemas є підтримка кінотеатрів, які прагнуть демонструвати значну кількість європейських фільмів. Крім того, Еуропа Cinemas бере активну участь в організації заходів, ініціатив та рекламних акцій, спеціально розроблених для того, щоб зацікавити молоду аудиторію у європейському та місцевому кіно [5]. Тобто, основними цілями мережі є надання операційної та фінансової підтримки кінотеатрам [6], які прагнуть демонструвати європейське кіно ненаціонального значення, а також організація заходів для молодих глядачів, щоб поширити зацікавленість молоді у сучасному їм європейському кіно.

За підтримки Eurimages та Міністерства Європи та закордонних справ Франції, Еуропа Cinemas поширює свій вплив на Східну Європу, Балкани та Туреччину. Крім того, вона співпрацює з 54 кінотеатрами у 53 містах у 37 країнах завдяки партнерству з Французьким інститутом.

Еуропа Cinemas є інклюзивною, вітаючи всі типи кінотеатрів, від муніципальних до мультиплексів. Її глобальній експансії сприяють програми підтримки, такі як програма Mundus в Азії та Латинській Америці, а також ініціативи в Канаді через програму Eurimages, котра планує ще розширяться. Наявна асоціація відіграє важливу роль у просуванні європейського культурного розмаїття у світовому масштабі.

Як центр обмінів та інновацій, Еуропа Cinemas організовує конференції, зустрічі експонентів, семінари з інновацій та розвитку аудиторії, а також програми обміну між кінотеатрами. Ці ініціативи сприяють створенню середовища співпраці між професіоналами галузі, вирішуючи спільні проблеми, такі як перехід на цифрові технології та розвиток аудиторії. Щорічна відвідуваність кінотеатрів Еуропа Cinemas становить 82 мільйони глядачів, що робить значний внесок в успіх незалежних європейських фільмів, забезпечуючи майже 60% їхніх відвідувань за межами своїх країн.

Кінотеатри, що є членами мережі отримують значну фінансову підтримку, що поповнює їхні бюджети. Фінансова підтримка в рамках програми MEDIA, основної програми Еуропа Cinemas, пов'язана з довгостроковою прив'язкою кінотеатрів до програм європейського кіно. Сума цієї підтримки, що становить від 15 500 до 50 500 євро на рік, спрямована на створення нових програм (80%) та молодіжну діяльність (20%) [6].

Еуропа Cinemas активно просуває різноманітність у програмах, заохочуючи кінотеатри показувати фільми різноманітного національного виробництва та фестивальне кіно. Мережа також нагороджує кінотеатри за покази фільмів зі знаком Еуропа Cinemas Label [7].

До травня 2023 року президентом мережі був Клод-Ерік Пуару, котрий мав статус почесного президента, котрий у 1992 році разом із 45 європейськими експонентами та за підтримки CNC і програми MEDIA співзаснував Еуропа Cinemas, що стало поворотним моментом у розвитку європейського кінопрокату [8]. У 2023 році Пуару замінила на посту генерального директора Фатіма Джумер [9].

Як було згадано, мережа була заснована за підтримки організації, серед яких є наступні:

"Креативна Європа" (Creative Europe) - це рамкова програма Європейської Комісії, що надає підтримку культурному та аудіовізуальному секторам. З бюджетом 1,46 млрд євро на 2014-2020 роки, "Креативна Європа" має на меті зміцнити культурний та креативний сектори Європи. Спираючись на успіхи попередніх

програм, вона поділяється на дві підпрограми: "Культура" та "Медіа", що підтримуються міжсекторальним напрямом. Eurora Cinemas, що фінансується "Креативною Європою" в рамках підпрограми "Медіа", брала активну участь і досі є членом програми MEDIA Mundus [10].

Наступною організацією є CNC. Заснований у 1946 році, Національний центр кінематографії та анімаційних фільмів (CNC) є державною адміністративною організацією при Міністерстві культури та комунікацій Франції. Його основні завдання включають регуляторні функції, підтримку кіно-, теле-, відео-, мультимедійної та технічної індустрії, просування кіно і телебачення для різних аудиторій, підтримку інтересу у аудіовізуальному мистецтві, а також збереження і розвиток кіноспадщини. Центр постійно підтримує Eurora Cinemas з моменту заснування мережі у 1992 році. [11]

Ще однією організацією є Eurimages ("Євримаж"), або ж фонд підтримки культури Ради Європи. Він був заснований у 1989 році і складається з 37 країн-членів, а також включає у себе Канаду як асоційованого члена. Фонд сприяє розвитку незалежного кіновиробництва, надаючи фінансову підтримку на створення повнометражних, анімаційних та документальних фільмів. Eurimages має на меті заохочувати співпрацю між професіоналами з різних країн, і має напрацьовані плани підтримки для спільного виробництва фільмів, театральної дистрибуції, виставок, промоції та заохочення гендерної рівності. Програмою підтримки виставок від організації керує Eurora Cinemas, а її цілі зосереджені на розширенні кінопрограми, підтримці кінотеатрів та розбудові мережі для спільних ініціатив. [12]

Наступною інституцією, що надає підтримку мережі Eurora Cinemas є Французький інститут (Institut français). Як ключовий учасник культурної політики за межами Франції, Французький інститут виконує суспільно значущу місію і фінансується за рахунок державних субсидій [13].

Кінотеатри-члени Eurora Cinemas переважно асоційовані через програму "Культурна Європа" - "Медіа". Через цю програму асоційовані 1552 кінотеатри в 33 країнах Європи: Австрія, Бельгія, Боснія і Герцоговина, Болгарія, Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Греція, Хорватія, Ісландія, Ірландія, Італія, Латвія, Литва, Люксембург, Ліхтенштейн, Мальта, Нідерланди, Німеччина, Норвегія, Північна Македонія, Польща, Португалія, Румунія, Сербія, Словаччина, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Чехія, Чорногорія. [14]

Також для є дві інші можливості для потенційних партнерів асоціюватися: через Французький інститут та програму EURIMAGES.

Через Французький інститут асоційовані переважно країни, що були французькими колоніями: країни Африки та Канада, та кінотеатри при французьких посольствах чи відділах Французького інституту, або ж, так звані, “французькі кінотеатри”, у яких більшість репертуару - національного виробництва Франції. До останніх відносяться кінотеатри у США, Італії, Німеччині, Турції, Китаї, Перу та інших країнах. Всього є 61 кінотеатр, що асоційований за підтримки Французького інституту. [14]

Через програму EURIMAGES асоційовані кінотеатри в країнах, що не належать до Європейського союзу. Представниками цієї програми на даний момент є всього п'ять країн: Швейцарія, Канада, Турція, Вірменія та Україна, котра приєдналася до Еуропа Сінемас у 2022 році, і є представлена кінотеатром “Жовтень”, що знаходиться у Києві [15]. У цих п'яти країнах є 62 кінотеатри-члени. [14]

Кінотеатри, які підтримуються в межах програми “Медіа” або EURIMAGES, можуть подати заявки на членство у Еуропа Сінемас. Хоча програма “Медіа” є основною і для країн, що є членами Європейського союзу, програма EURIMAGES є комплементарною до неї, залишаючи ті самі вимоги до кінотеатрів.

Умови приєднання до мережі є наступними: представництво кінотеатру мусить до 30 червня поточного року подати вступну заявку у електронній формі для приєднання у мережі у наступному році. У заявці представник кінотеатру подає наступну інформацію: контактні дані, статистику посадкових місць, статистику національних та європейських фільмів, що були показані у кінотеатрі за минулий рік та інші дотичні дані. Після цього заявка попередньо розглядається і представник Еуропа Сінемас контактує з контактною особою кінотеатру, котра мусить також бути вказана у заявці та розмовляти англійською або ж французькою. Далі йде період уточнень, опрацювань, обговорення умов, підготовки та підписання договорів, після чого з початком нового року кінотеатр офіційно стає асоційованим членом мережі [16].

Для кінотеатра-члена це відкриває нові рекламні та подієві можливості, притягує туристів та творців кіно до кінотеатру та подій що відбуваються у ньому та навколо нього, наприклад співпраці, фестивалів, тематичних показів і тд. Також, кінотеатр отримує престиж мережі та додаткове фінансування на свої потреби. Для Еуропа Сінемас це полегшує комунікацію на національному рівні щодо якісних та цікавих міжнародному глядачеві національних фільмів, що можуть бути

у прокаті, та розширює мережі, заохочуючи нових глядачів, краще інформуючи їх про мережу у різних містах та країнах.

Підсумовуючи, можемо констатувати, що мережа Eurora Cinemas, заснована у 1992 році за підтримки Європейської Комісії та CNC (Centre National du Cinéma et de L'image Animée), є провідною мережею кінотеатрів, що займається просуванням європейських фільмів. За свою 30-річну історію мережа зросла до 1 221 кінотеатру з 3 060 екранами у 38 країнах світу, що постійно розвивається і сприяє поширенню інтересу в кіно у молодих глядачів, проводить фестивалі, та налічує 1152 асоційованих кінотеатрів-членів та підтримує 123 кінотеатри, що асоційовані через Eurimage і Французький інститут.

Eurora Cinemas є першою мережею кінотеатрів, що спеціалізується саме на європейських фільмах, усі кінотеатри цієї мережі у переважній відсотковій більшості транслюють власне європейське кіно. Метою Eurora Cinemas є підтримка кінотеатрів, які прагнуть демонструвати значну кількість європейських фільмів іноземного та вітчизняного виробництва. Крім того, Eurora Cinemas бере активну участь в організації заходів, ініціатив та рекламних акцій, спеціально розроблених для того, щоб зацікавити молоду аудиторію у європейському та місцевому кіно.

З огляду на те, що в Україні є наявний тільки один асоційований кінотеатр та майже повністю відсутності інди або студійних кінотеатрів, для розвитку кіно в Україні, потрібно залучати кінотеатри, що б могли стати членами мережі до подачі заявок на участь. Адже, Eurora Cinemas, з огляду на потенціал популяризації вітчизняного кіно, є важливим для формування якісних естетичних смаків споживачів кінопродукту і подальшого розвитку сучасного українського кіно в європейському контексті.

Список використаних джерел:

1. Valente, V. *Futurism and Film Theories. Manifesto of Futurist Cinema and Theories in Italy in the 1910-1920s. Studies on Italian Avant-garde Film.* Edited by Catanese R. Amsterdam University Press. Amsterdam, 2018. с. 45-56
2. Re, L. Thaïs. *A Different Challenge to the Stars. Futurist Cinema. Studies on Italian Avant-garde Film.* Edited by Catanese R. Amsterdam University Press. Amsterdam, 2018. с. 163-180.
3. Gruber, H. *The Political-Ethical Mission of German Expressionism. The German Quarterly*, 40 (2). 1967. с. 186-203.

4. Історія й сьогодення. НСКУ. Національна спілка кінематографістів України. URL: <https://www.ukrkino.com.ua/about/history/>
5. GENERAL PRESENTATION. Europa Cinemas. URL: <https://www.europa-cinemas.org/en/Presentation>
6. Financial supports for Cinemas - Creative Europe / MEDIA. Europa Cinemas. URL: https://www.europa-cinemas.org/en/activities/Support_for_cinemas/supports-for-programming-creative-europe-media
7. EUROPA CINEMAS LABEL. Europa Cinemas. URL: <https://www.europa-cinemas.org/en/films/label-europa-cinemas?page=3>
8. Claude-Eric Poiroux, Director General of Europa Cinemas. Film New Europe TV. URL: <https://filmneweurope.com/features/fne-tv-interview/item/105126-claude-eric-poiroux-director-general-of-europa-cinemas>.
9. Ramachandran, N. Fatima Djoumer Succeeds Claude-Eric Poiroux as CEO of Europa Cinemas Network. Variety Magazine. 2023. URL: <https://variety.com/2023/film/global/fatima-djoumer-claude-eric-poiroux-ceo-europa-cinemas-1235622357>.
10. Financial supports for Cinemas - Creative Europe / MEDIA. Europa Cinemas. URL: https://www.europa-cinemas.org/en/activities/Support_for_cinemas/supports-for-programming-creative-europe-media.
11. CNC. Europa Cinemas Blog. URL: <https://europa-cinemas-blog.org/tag/cnc>.
12. Financial support for Cinemas - Eurimages. Europa Cinemas. URL: https://www.europa-cinemas.org/en/activities/Support_for_cinemas/support-for-programming-eurimages
13. Institut français. Europa Cinemas. URL: <https://www.europa-cinemas.org/en/cinema/4502-institut-francais-de-rome-saint-siege-cinema-francais>.
14. Network members. Europa Cinemas. URL: <https://www.europa-cinemas.org/en/cinemas/map>
15. Network members. Zhovten. Europa Cinemas. URL: <https://www.europa-cinemas.org/en/cinema/756-zhovten>
16. About us. Join the Network. Europa Cinemas. URL: <https://www.europa-cinemas.org/en/join-us>.

СМАКОВА Л.В.

Аспірантка Львівської національної академії мистецтв,
м.Львів, Україна

**ГРАНТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРИ МИСТЕЦЬКОМУ ЗВО ЯК
ЕФЕКТИВНИЙ КАТАЛІЗАТОР ЗМІН
(на прикладі ЛНАМ)**

На сучасному етапі вища освіта зазнає суттєвих трансформацій. Забезпечення відкритості, прозорості та насамперед якості освітнього процесу, дотримання акредитаційних та ліцензійних вимог, автономізація ЗВО зумовлює нові виклики, що особливо стосуються мистецької освіти. Зокрема, для закладів вищої освіти, що проводять підготовку фахівців у галузі 02 «Культура і мистецтво» сьогодні важливо не лише надавати освітні послуги, а й провадити активну діяльність у напрямку залучення додаткових коштів та реалізації актуальних суспільно-важливих проєктів, що демонструватимуть провідне місце таких інституцій як таких, що задають вектор культурно-мистецького процесу в цілому.

Активна грантова історія Львівської національної академії мистецтв розпочалася лише декілька років тому, проте її якісні позитивні результати є очевидними. У жовтні 2018 року ЛНАМ спільно з Університетом Кардіфа (Уельс, Велика Британія) (англ. Cardiff School of Arts and Design) та агенцією економічного розвитку PPV Knowledge Networks (м. Львів) перемогла у грантовому конкурсі від Британської Ради «Creative Spark: програма підтримки підприємництва у системі освіти» [1]. Цей 5-річний проєкт спрямований на налагодження ефективної взаємодії між бізнесом та освітніми установами. Зокрема зніційоване створення Львівського дизайнерського партнерства (Lviv Design Partnership) та розроблено концепцію креативного хабу для розвитку креативного підприємництва. Найбільш активно до реалізації проєкту залучена кафедра графічного дизайну ЛНАМ, проте організатори стверджують про майбутнє поширення напрацьованих моделей на всі освітні програми навчального закладу. Також у рамках цього проєкту відбувається розробка стратегії ЛНАМ до 2031 року за залученням багатьох сторін до обговорення (студентів, працівників, представників бізнесу та проєктних партнерів закладу). Планується визначення пріоритетів та позиціонування ЛНАМ в середовищі міста загалом та сфері креативних індустрій зокрема [2].

Однак, найбільш репрезентативною інституцією, яка вже протягом декількох років надає відкриті можливості для реалізації

проектів, в тому числі і освітнього скерування є Український культурний фонд. Це державна організація, за підтримки якої на базі ЛНАМ було успішно реалізовано низку проектів. Так з 5 по 14 жовтня 2019 року відбувся 11-ий Міжнародний симпозіум гутного скла у Львові – найтриваліший у світі захід художників-склярів, який налічує 30-літню історію й проводиться кожні 3 роки. 50 митців із 20 країн світу протягом 10 днів працювали пліч-о-пліч із представниками кафедри художнього скла ЛНАМ [3]. Молоде покоління художників-склярів мало змогу не просто поспілкуватися із видатними професіоналами, а й побачити їх за роботою. У рамках заходу була реалізована багатовекторна освітня програма, яка зіграла важливу роль у популяризації мистецької освіти у цій галузі, а також спричинила фахові дискусії. Окрім цього відвідувачам було запропоновано ряд виставкових проектів, не лише у Львові, а й у Києві. Щорічний випуск високопрофесійних вузькоспеціалізованих фахівців ЛНАМ є вкрай важливим соціальним фактором. Збільшення інтересу в суспільстві до автентичних виробів та творів мистецтва розширює ринок та зумовлює попит. Тенденція зацікавлення міжнародного мистецького середовища гутною технікою, розвитком та підтримкою історичного осередку з кожним роком відчутніша.

Безпосередньо до освітньої тематики у галузі художнього скла апелював проект I Міжнародної резиденції «European glass education» у ЛНАМ. Він не лише отримав грантову підтримку від Українського культурного фонду, а й увійшов у Топ-15 найкращих заходів 2020 року, які були профінансовані інституцією [3]. До участі окрім вітчизняних резидентів було залучено і представників кафедр художнього скла із 5 країн Східної Європи (онлайн у зв'язку із карантинними обмеженнями). Долучитися до події могли студенти усіх мистецьких напрямків. У рамках події вони виконали творчі роботи, які були експоновані на підсумковій виставці. Захід вирізнявся потужною освітньо-лекційною складовою: онлайн-конференції із закордонними професорами, лекції та творчі зустрічі. Даний проєкт став яскравим прикладом якісної міжсекторальної співпраці, яка в результаті зумовила створення багаторівневого культурного продукту. Міжнародна резиденція «European glass education» – це каталізатор змін в освітньому процесі кафедри художнього скла ЛНАМ з урахуванням найкращих світових практик.

Важливим структурним підрозділом ЛНАМ є відділ видавництва та інформації, який, зокрема, координує діяльність студентської галереї. Цей мистецький простір направлений на підтримку творчих ініціатив молоді. У 2020 році, до 5-тиріччя

діяльності було розроблено проєкт «Комунікаційна кампанія галереї ЛНАМ» приурочений до 5-тиріччя діяльності, який пройшов експертний відбір та отримав грантову підтримку Українського культурного фонду в програмі «Мережі й аудиторії» [5]. Проєкт мав на меті насамперед актуалізувати комунікаційний потенціал галереї ЛНАМ як потужного динамічного мистецького осередку як Львова так і України, який ефективно функціонує в структурі закладу вищої освіти. Однак, з огляду на ситуацію із пандемією та карантинні обмеження, для повноцінної реалізації проєкту ряд запланованих заходів довелося переформатовувати та адаптовувати до нових реалій. Зокрема, у рамках проєкту був розроблений брендинг, розширено мережі співпраці із цільовими аудиторіями, а також створено ряд пізнавальних відео-матеріалів серед яких майстер-класи, лекції від провідних фахівців, онлайн-версія фестивалю «ДеАрт» та ін. Комунікаційна кампанія утвердила місце галереї у соціокультурному просторі міста, стала масштабним підсумком 5-річної діяльності та уможливила багаторівневу ефективну взаємодію.

У 2021 році ІV Премія професора Андрія Бокотєя для молодих художників-склярів була підтримана УКФ у рамках програми «Н.О.Р.Д.» (Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти). Дану щорічну ініціативу ми можемо віднести до ряду заходів, що реалізуються з метою підтримки та просування львівської школи художнього скла. Проєкт скерований на підтримку молодих митців та промоцію дебютантів, а також не має аналогів в Україні. Цьогоріч лауреатами стали лауреатами конкурсу стали випускниці кафедри художнього скла ЛНАМ Наталія Паршик із роботою «Безголосся» (1 місце), Юлія Галишин та її «Приховані наміри» (2 місце), а також студент-магістр Богдан Ломоносов із роботою «Сіль» (3 місце). Твори увійшли до колекції Музею скла у Львові, а молодим митцям була надана можливість створення авторських композицій на базі майстерень єдиної в Україні кафедри художнього скла із забезпеченням усіх матеріалів і допоміжних технічних процесів. Крім того, у галереї ЛНАМ відбулась виставка «Премія Андрія Бокотєя: 2018-2021», присвячена історії проєкту. Варто відзначити, що також були створені промо-ролики про кожного лауреата з метою якісного представлення їх доробків, видані каталоги та спецвипуск мистецького часопису «7UA» [6].

Усі реалізовані проєкти в тій чи іншій мірі апелюють до студентської аудиторії і безумовно покращують якість надавання освітніх послуг. Окрім того, велика увага приділяється налагодженню комунікацій зв'язків та розвитку персональних навичок, що є необхідним у сучасному суспільстві. Реалізація грантових проєктів на

базі ЛНАМ продемонструвала їх виняткову успішність в якості каталізатора змін, які стосуються як матеріальної так і методичної бази. Позитивна динаміка мотивує представників ЗВО не зупинятися на досягнутому та розробляти нові стратегії вдосконалення існуючих моделей, а яскравий приклад ефективної грантової діяльності ЛНАМ є практичним «кейсом» для інших мистецьких ЗВО та висуває питання необхідності актуалізації роботи у напрямку залучення додаткового фінансування від донорських інституцій.

Список використаних джерел:

1. Результати реалізації 1-го року проекту «Creative Spark» у ЛНАМ. Офіційний сайт ЛНАМ. URL: <https://lnam.edu.ua/uk/260/rezultati-realizaciji-1-go-roku-proektu-creative-spark-u-lnam-1143.html> (дата звернення 22.11.2021)
2. *Розробка стратегії ЛНАМ*. Офіційний Сайт ЛНАМ. URL: <https://lnam.edu.ua/uk/event/strategy-lnaa.html> (дата звернення 22.11.2021)
3. Міжнародні симпозиуми гутного скла у Львові. Офіційний сайт. URL: <https://www.glassymposium.org/home.html> (дата звернення 22.11.2021)
4. Культура, яка бореться за свої права. 15 найкращих українських культурних проєктів 2020 року — вибір УКФ. (2020), NV.ua. URL: <https://nv.ua/ukr/art/kultura-naykrashchi-ukrajinski-proyekti-za-2020-rik-ukf-novini-ukrajini-50133015.html>. (дата звернення 22.11.2021)
5. Комунікаційна кампанія Галереї ЛНАМ. (2020). Архів проєктів УКФ. URL: <https://ucf.in.ua/archive/607587e9d689bf67b72ceb54> (дата звернення 22.11.2021)
6. Премія професора Андрія Бокотея для молодих художників-склярів. Музей Скла у Львові. URL: <https://glassmuseuminviv.org/events/awards/> (дата звернення 22.11.2021)

ФОРОСТЕЦЬКИЙ М.Я.

студент I курсу ОР Магістр ОП “Менеджмент мистецтва”
Львівської національної академії мистецтв,
м. Львів, Україна

**ТРАДИЦІЇ МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКОГО ФАХОВОГО МИСТЕЦЬКО-
ХУДОЖНЬОГО КОЛЕДЖУ КУЛЬТУРИ: ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА
ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Широкомасштабне вторгнення у лютому 2022 року та запровадження воєнного стану створили значні виклики для системи освіти та держави загалом. Масова евакуація населення, в тому числі здобувачів загальної середньої освіти, абітурієнтів й здобувачів освіти фахової передвищої та вищої освіти, евакуація населення із зони бойових дій та особливо небезпечних територій суттєво змінили освітній ландшафт багатьох регіонів України. Втрата звичних каналів комунікації, організація дистанційної (денної із застосування інтернет-технологій) та змішаної форми навчання, міграція педагогів, організація волонтерських хабів у закладах освіти та складний психологічний стан учасників освітнього процесу – це тільки мала частина тих викликів, з якими стикнулися коледжі. Не винятком став і Дніпропетровський фаховий мистецько-художній коледж культури – заклад фахової передвищої освіти у місті Дніпро, що готує фахових молодших бакалаврів за спеціальностями 021 “Аудіовізуальне мистецтво і виробництво”, 022 “Дизайн”, 023 “Образотворче, декоративне мистецтво, реставрація”, 024 “Хореографія”, 025 “Музичне мистецтво”, 026 “Сценічне мистецтво”, 028 “Менеджмент соціокультурної діяльності”, 029 “Інформаційна, бібліотечна та архівна справа”.

Опитування у квітні 2022 року показало, що більше ніж 30% здобувачів освіти у ДФМХКК перебували за кордоном і тільки 50% мали можливість стабільно займатися із застосування інтернет-технологій [1]. Такі показники мали критичне значення для закладу зі майже сторічною історією та із діяльністю направленою на створення мистецького продукту в офлайн-режимі – це і гра вистав на сцені, робота в танцювальних класах, живопис та рисунок з натурою тощо.

У цій ситуації одними із пріоритетів коледжу стало збереження традицій та надання якісної освіти, проведення ефективної вступної кампанії та популяризації діяльності закладу й мистецької освіти в регіоні в умовах воєнного стану.

Одним із реалізованих проєктів став “Галерейний простір Dnipro Art College”, який мав на меті організувати культурний прихисток для місцевих митців, митців з особливо небезпечних територій та окупованих територій, а також місцевих жителів та внутрішньо переміщених осіб, через активізацію роботи Галерейного простору на базі художнього відділення коледжу культури. За результатами проєкту в оновленому галерейному просторі було проведено 3 лекції від відомих українських митців та 2 майстер-класи для місцевої громади та ВПО, відкрита виставка «Залізні митці», що висвітлювала дух боротьби українців під час війни.

В умовах сучасного світу та необхідності популяризації української культури, створення відповідного контенту, який би сприяв швидкому та ефективному донесенню меседжів до міжнародної аудиторії стала зрозуміла необхідність виховання спеціалістів сфери аудіовізуального мистецтва. Саме тому коледж отримав ліцензію на нову освітньо-професійну програму "Аудіовізуальне мистецтво та виробництво". Студенти ОП "Аудіовізуальне мистецтво та виробництво" з 2023 року вивчатимуть основи операторської, режисерської, медіадизайну, анімаційної та звукорежисерської справи й уже під час навчання створюватимуть власні аудіовізуальні продукти. Випускники зможуть застосувати здобуті знання й набуті навички у теле-, радіо- та кінокомпаніях, діджитал медіа, рекламних агенціях, різноманітних культурно-освітніх інституціях [2].

Важливим компонентом в умовах війни стала професійна підготовка менеджерів культури. У Дніпровському регіону, на думку Інни Ридкевич директора коледжу, доктора наук наразі велика потреба в артменеджерах. Особливо це стало помітно ще у 2020 році, оскільки технології відтворення будь-яких процесів шляхом залучення індустрії інтернету дуже змінилися, в галузі відбулась прірва поколінь, повинен був відбутися якісний стрибок, бо ми мали організаторів культурно-дозвілдової діяльності ще радянського формату, а за часів сучасної незалежної України стала максимальна потреба в менеджерах, які володіють сучасними технологіями, в тому числі діджитал маркетингу, і саме в культурних процесах. Це якісно змінило потребу, саме ось ця потреба і визначила, що ринок праці змінився, та ці фахівці стали потрібні у всіх закладах які існують в області і в Україні. Наразі, в області це майже тисяча закладів, а тому є потреба тисячі фахівців кожного року.

Крім того, наразі коледж зацікавлений в реалізації проєкту направлено на діджиталізацію (оцифрування) методичних фондів художнього відділення та активізацію роботи галерейного простору й

створення відповідних експозицій випускників коледжу. Таке рішення дозволить зберегти культурну спадщину враховуючи небезпеку яку має прифронтна область.

Цифрові методичні фонди дозволять зробити мистецькі об'єкти більш доступними не лише для студентів та викладачів коледжу, а й для широкої аудиторії в майбутньому через онлайн-доступ. Створення віртуальних експозицій та онлайн-ресурсів може сприяти навчанню студентів, надихатимуть їх на творчість та вивчення історії мистецтва. Проєкт може привернути увагу громадськості, спонсорів та донорів, які зацікавлені у підтримці культурних ініціатив, що критично важливо в умовах воєнного стану. Реалізація такого проєкту підвищить престиж навчального закладу через активізацію культурної діяльності та внесок у збереження національної спадщини. Проєкт може стати базою для співпраці з іншими навчальними закладами, музеями, артцентрами та іншими установами з метою обміну досвідом.

Основною задачею в нинішніх умовах для закладів фахової передвищої освіти і зокрема для ДФМХКК є збереження традиції освіти, популяризація мистецької діяльності та загалом мистецтва України через реалізацію мистецьких проєктів.

Список використаних джерел:

1. Результати загального опитування здобувачів освіти Дніпропетровського фахового мистецько-художнього коледжу культури щодо місцезнаходження та можливостей навчання за дистанційною формою протягом воєнного стану. ДФМХКК, 01-11 квітня 2022 року, 15 с.

2. Нова освітня програма "Аудіовізуальне мистецтво та виробництво". *Dnipro Art College - Дніпропетровський фаховий мистецько-художній коледж*. URL: <https://dniproart.college/news/144-nova-osvtnja-programa-audovzualne-mistectvo-ta-virobnictvo.html>.

ШВИРЬОВА Ю.О.

Студентка 1-го курсу

ОП “Менеджмент мистецтва”

Львівської національної академії мистецтв,

м. Львів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ МИСТЕЦЬКИМИ ВИСТАВКАМИ НА ВОЄННУ ТЕМАТИКУ ЦИВІЛЬНИМ НАСЕЛЕННЯМ МІСТА КИЄВА

В Умовах війни з росією в Україні проводять велику кількість мистецьких заходів на воєнну тематику. З огляду на те, що російсько-українська війна в Україні триває з 2014 року, в суспільстві тематика війни набула особливої актуальності. Особливо гостро ідея та дискусія про війну в мистецтві піднімається після повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року. Очевидно, що війна вплинула на всі аспекти життя людей: освіту, навчання, місце та спосіб життя, зумовила виникнення багатьох фізичних та психологічних травм як у військових, так і в цивільного населення, спричинила масштабні екологічні, політичні, економічні, культурні проблеми. Втім мистецькі проєкти та виставки на воєнну тематику можуть не лише популяризувати проблематику, зумовлену війною, але й зумовлювати подальшу травматизацію людей через демонстрацію фактів про війну.

Саме тому метою дослідження є виявити вплив сучасного мистецтва на воєнну тематику як каталізатора емоційного стану відвідувачів виставок у м.Києві під час повномасштабного вторгнення росії в Україну. Завдяки отриманим результатам ми матимемо змогу зрозуміти потенціал сучасного мистецтва нести емоційне полегшення, або ж, навпаки, ретравматизація у кризовий час.

Фокусом дослідження став аналіз інтересу мешканців міста Києва до відвідування мистецьких виставок на воєнну тематику та виявлення трансформації (або її відсутності) емоційного стану людей після відвідування таких виставок.

Дослідження складалось з двох частин: кабінетного етапу, який включав огляд описів виставок сучасного мистецтва на воєнну тематику у місті Київ; кількісне порівняння виставок сучасного мистецтва на воєнну тематику та тих, що не пов'язані з війною, аналізуючи інтернет-канали з анонсами культурних подій; аналіз кількості зацікавлених осіб у мистецьких виставках на воєнну тематику у місті Київ на основі Facebook заходів; та польового етапу – інтерв'ю з відвідувачами

виставок на воєнну тематику, які під час воєнного стану проживають в Україні (у місті Києві).

Ретравматизація – це явище, коли люди, які пережили травматичні події, повторно відчують емоційну напругу, страх або тривогу через подразники, що нагадують попередній досвід [6]. Хоча ретравматизація може стосуватись будь-якого контексту і кризової події, все ж це особливо актуально для українців, які живуть в умовах війни. Російсько-українська війна почалась у 2014 році, а у 2022 році через повномасштабне вторгнення її наслідки відчули на собі мешканці усіх областей. Це стало каталізатором трансформації емоційних і ментальних станів у цілого суспільства. Мистецтво завжди було засобом відтворення дійсності, опрацювання кризових ситуацій та трагедій, заклик до комунікації та емоційного відгуку. Це стало причиною спалаху великої кількості мистецьких виставок на воєнну тематику у багатьох українських містах. Бажання митців миттєво відрефлексовувати травматичні події та створювати мистецькі твори є очікуваним, проте відвідування цих виставок людьми, що переживають воєнний досвід може нести травматичний характер, поглиблювати наявні в людей травми. Саме тому дослідження рефлексій та думов відвідувачів виставок, .

Для розуміння пропозиції розмаїття мистецьких виставок та виокремлення тих, що мають безпосередньо воєнну тематику було проаналізовано анонси у Telegram-каналі “Kyiv Daily” [8], який оглядає усі культурні події та публікує щоденні підбірки для киян. Було здійснено моніторинг мистецьких виставок у місті Києві у період з 1 травня 2022 року (коли канал продовжив свою роботу після перерви) до 1 червня 2023 року. Отже, отримано такі результати щодо кількості реалізованих за цей час мистецьких виставок:

воєнна тематика: **67**

інша тематика: **64**.

Таким чином можна побачити, що у суспільстві не відбувається чіткого переважаючого воєнного мистецтва і залишається місце для різного роду рефлексій. Відвідувачам пропонується широкий спектр тематики мистецьких виставок.

Наступним етапом дослідження став аналіз кількості зацікавлених осіб у виставках сучасного мистецтва на воєнну тематику. Зокрема було здійснено моніторинг кількості зацікавлених відвідувачів у Facebook-подіях виставок на воєнну та іншу тематику у межах одних виставкових майданчиків, організаторів чи культурних інституцій. Для

цього аналізу було відібрано київські майданчики, які під час повномасштабного вторгнення продовжують вести активну виставкову діяльність: Національний центр “Український дім” [4], Національний музей “Київська картинна галерея”, Арт-центр Imagine Point. Дослідження були проведені з використанням методу спостереження.

За результатами проведених досліджень встановлено, що, що у межах одних і тих же майданчиків виставки на воєнну та не воєнну тематику охоплюють приблизно однакову кількість зацікавлених глядачів. Це може означати, що суспільство активно відвідує культурні події на різну тематику, шукає для себе способи діалогу з іншими, шукає шляхи подолання воєнної тривожності.

Під час наступного, зокрема якісного етапу дослідження було вирішено провести короткі інтерв'ю з відвідувачами однієї із зазначених вище виставок на воєнну тематику: “Ти як?”, яка була відкрита у Національному центрі “Український дім” 1 червня і триватиме до 2 липня 2023 року.

Метою виставки “Ти як? Виставка і дискусія” стала інтерпретація та репрезентація в межах виставки “Архіву мистецтва воєнного стану” Українського музею сучасного мистецтва (UMCA) Цей архів почав формуватися 24 лютого 2022 р. і триває досі. У виставці взяли участь близько 100 українських митців. Як вбачається, архівування є важливим механізмом спостереження за мистецьким процесом під час російсько-української війни. І зазначена виставка стала майданчиком для такої інтерпретації. Гаслом виставки стало: «Ти як, глядачу_ко? Ти як, художнику_це? Ти як, мистецтво? Світе, ти як взагалі?» [5]

Для опитування випадковим чином було обрано 10 осіб з-поміж відвідувачів цієї виставки різної вікової категорії та статі. Опитування було проведено 1-6 червня 2023 р. Основне завдання: прослідкувати трансформацію (або її відсутність) емоційного стану, відчуття від відвідування даної виставки. Відвідувачі поділилися власними рефлексіями на такі запитання: “Як ви почуваетесь на даній виставці?”, “Чи змінився ваш настрій після її відвідування?”, “Які роботи викликали у вас позитивні емоції, а які – негативні?”, “Чи будете ви ще відвідувати виставки на воєнну тематику?”

Найважливіші висновки результатів проведеного опитування:

- усі опитані зазначили, що вони охоче прийшли на виставку, та попри сумну тематику почувуються краще, будучи причетними до історичних подій, які розгортаються за їхнього життя, відчують, що інші люди розуміють їх без слів, розділяють горе з однодумцями;

- усі опитані зазначили, що графічні, абстрактні мистецькі твори сприймалися здебільшого позитивно (для деякого естетична складова сама по собі несла компонент заспокоєння). Проте, документальні роботи, такі як фото, репортажі, реальні об'єкти несли більш травматичний характер. Їх хотілось швидко промайнути;

- усі опитані поділились відповідями, що ходитимуть на мистецькі виставки з воєнною тематикою і надалі, але якщо роботи будуть художнім переосмисленням досвіду, а не документальні кадри.

На основі отриманих вище результатів дослідження, вважаємо за доцільне рекомендувати наступне:

1. Організаторам виставок сучасного мистецтва на території України для широкої аудиторії – з великою обережністю додавати до експозиції документальні роботи (такі як фото, документальні відео, репортажі, воєнні артефакти), так як на основі опитувань саме ці твори викликали у відвідувачів травмуючі спогади і негативні, важкі відчуття. Такі роботи відвідувачі проходили швидко, не заглиблюючись у суть і мистецьке бачення авторів. Натомість, графічні роботи, художньо переосмислений досвід мав «м'який» вплив, відвідувачі більш охоче зупинялись біля таких робіт. Багато з графічних робіт мали у собі гумористичну компоненту, що дозволяло глядачам відчувати причетність і полегшення. Також, важливо зазначити, що глядачі виразили бажання і надалі відвідувати виставки з мистецькими графічними творами. Тому для залучення ширшої аудиторії до своїх мистецьких проєктів важливо зважати вищезазначені дані.

2. З огляду на зацікавленість та актуальність воєнної тематики у запитах відвідувачів виставок органам місцевого самоврядування, культурним інституціям національного рівня доцільно і надалі підтримувати та сприяти проведенні мистецьких проєктів: як ми бачимо, мистецькі проєкти відіграють важливу роль у житті суспільства навіть під час війни. На основі зазначених вище даних, можна зробити висновок про високий інтерес до мистецьких виставок та проєктів.

3. Мистецькі проєкти на воєнну тематику мають значний потенціал у покращенні емоційного стану суспільства, подоланні тривожності, викликані війною, тому важливою перспективою є широке залучення до організації проєктів психологів та психотерапевтів, які б консультували у питаннях посттравматичного синдрому та травматизації.

Загалом можемо підсумувати, що запит на проєкти на воєнну тематику в суспільстві і надалі є значним, потенціал мистецьких

проектів для всебічної гармонізації суспільних відносин в умовах війни є великим, і його слід капіталізувати максимально ефективно.

Список використаних джерел:

1. Луковська О. Виставкова діяльність українських митців у час війни. Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрямок: культурологія). 2022. № 42. С. 21–27. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi42.553> (дата звернення: 07.06.2023).
2. Мистецький арсенал. Арсенал. URL: <https://artarsenal.in.ua/> (дата звернення: 07.06.2023).
3. МіТЕЦ. МіТЕЦ. URL: <https://mitec.ua/> (дата звернення: 07.05.2023).
4. Національний центр «Український Дім». Національний центр «Український Дім». URL: <https://uadim.in.ua/> (дата звернення: 07.05.2023).
5. Ти як? Виставка і дискусія. Український дім. <https://www.uadim.in.ua/podiyi/how-are-you%3F> (дата звернення: 05.06.2023).
6. Про зміну сприйняття глядачем сучасного мистецтва. МіТЕЦ. URL: <https://mitec.ua/pro-zminu-spryjnyattya-glyadachem-suchasnogo-mystecztva/> (дата звернення: 07.06.2023).
7. Bennett J. Empathic vision: affect, trauma, and contemporary art. Stanford : Stanford University Press, 2005. 120 p.
8. Brandon L. Art and war. Tauri, 2007. 179 p.
9. Kyiv Daily. Kyiv Daily. URL: <https://kyivdaily.com.ua/> (date of access: 07.06.2023).
10. Schjeldahl P. The Role of Art in a Time of War. The New Yorker. 2022. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2022/03/21/art-in-a-time-of-war> (date of access: 07.06.2023).

ЩУРКО І.П.
архітектор,
викладач кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв,
м. Львів, Україна

**ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ НОРМ МІЖНАРОДНОГО
ПРАВА ЩОДО ЗАХИСТУ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА
КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ ПІД ЧАС ЗБРОЙНОГО
КОНФЛІКТУ В УКРАЇНІ**

Агресія росії та повномасштабне вторгнення в Україну актуалізувала загрози і ризики втрат у сфері культурної спадщини. Історичний досвід свідчить про особливу вразливість об'єктів спадщини в умовах збройних конфліктів. Досліджуючи загрози для української культурної спадщини в умовах російської агресії, мотиви прицілених атак на пам'ятки, зважаючи на досвід воєнних конфліктів кінця ХХ – початку ХХІ ст., можна зробити висновок, що через ідеологічні, політичні та економічні чинники культурні цінності часто стають прямими цілями завоювання чи об'єктами руйнувань. Відкрите російське вторгнення створило загрозу тотального знищення всіх проявів української культури і культурна спадщини, яка є основою і матеріальним свідченням національної ідентичності, тягlosti історії, елементом маркування етнічних і політичних меж української території. У цьому контексті мотиви руйнування та викрадання культурних цінностей загарбником відповідають меті агресії – позбавлення українського народу державності, національної ідентичності, культурного простору.

Більшість воєнних конфліктів, спрямованих на окупацію земель, насадження іншої ідеології та стирання історичної пам'яті, окрім нищення, супроводжуються також присвоєнням об'єктів культури загарбниками. Неповага до чужого культурного простору виявляється в цілеспрямованому руйнуванні історичних споруд та монументів, викраденню творів мистецтва, спалюванню архівів та бібліотек, а також пошкодженню чи знищенню пам'яток у наслідок воєнних дій [1: 4].

Вивчення міжнародного досвіду охорони пам'яток в умовах збройних конфліктів, осмислення широкого діапазону значень матеріальних об'єктів культурної спадщини є надзвичайно важливими в контексті російсько-української війни і майбутньої післявоєнної відбудови країни [2-4].

Розглядаючи українську культурну спадщину як складову світового культурного надбання, аналізуючи весь спектр загроз та проблем в умовах воєнного конфлікту, необхідно звернутися до міжнародних механізмів захисту об'єктів культури.

Першими спробами законодавчо захистити культурні цінності в період збройних конфліктів стали Гаазькі конвенції 1889 та 1907 рр. Досвід Першої світової війни показав низьку ефективність цього механізму, масштаби втрат і воєнних руйнувань були значними на території більшості країн центральної і східної Європи.

Універсальні принципи захисту пам'яток міжнародна спільнота намагалась удосконалити у Вашингтонському пакті 1935 р. Наслідком оцінки масштабу руйнувань Другої світової війни стала ідея спільної для всіх народів світової спадщини, яка лягла в основу конвенції 1954 р.

Сьогодні основними міжнародними документами у сфері захисту об'єктів культури в умовах війни є Гаазька конвенція «Про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту» 1954 р. та Паризька конвенція «Про заходи, спрямовані на заборону й запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачі права власності на культурні цінності» 1970 р. Основна теза першого документа полягає в переконанні сторін, які підписали і ратифікували конвенцію, у тому, що «шкода, яка завдається культурним цінностям кожного народу, є шкодою для культурної спадщини всього людства, оскільки кожен народ робить свій внесок у світову культуру».

Висвітлення та визнання міжнародним співтовариством важливості питань збереження спадщини у умовах воєнних загроз є безумовним, але відкритим залишається питання ефективності практичного застосування правових інструментів. Досвід більшості воєнних конфліктів другої половини ХХ ст., на жаль, показав обмежений вплив міжнародних угод, конвенцій, нормативних актів щодо захисту культурних цінностей [4].

Допомога міжнародних організацій у захисті пам'яток України з перших днів повномасштабної війни стала виявом безпрецедентної підтримки української культури світовою спільнотою, жестом доброї волі та солідарності.

Незважаючи на недостатню ефективність міжнародних правових інструментів у сфері охорони культурної спадщини, сьогодні вони залишаються механізмами, що здатні впливати на громадську думку та прийняття політичних рішень. Крім того, вони становлять юридичне підґрунтя для діяльності міжнародних місій з охорони культурних цінностей, запровадження санкцій та кримінального переслідування за факти воєнних злочинів і злочинів проти людяності [2-4].

Уведення росією українських об'єктів культурної спадщини у своє «правове поле», переміщення мистецьких цінностей з окупованих територій до РФ, тактика ведення воєнних дій, що передбачає масовані невибіркові обстріли вважаються порушенням норм міжнародного права та воєнними злочинами.

Атаки на культурні об'єкти можуть кваліфікуватися, залежно від обставин як воєнні злочини (наприклад, у разі відсутності військової необхідності та порушення принципу розрізнення), як злочини проти людяності (у разі системності), і як геноцид (коли це частина політики зі знищення ідентичності) [5].

Стаття 8 Римського статуту Міжнародного кримінального суду чітко кваліфікує прямі напади на будівлі, що мають відношення до релігії, освіти, мистецтва, науки чи благодійності, а також на історичні пам'ятки як воєнні злочини [5].

Можливості захисту пам'яток у непідконтрольних та прифронтових територіях надзвичайно обмежені й переважно зводяться до моніторингу, документування та фіксації злочинів. Заходи з фізичного захисту об'єктів культурної спадщини на відносно безпечних територіях хоч і зменшують ризики, проте не здатні захистити їх повністю. Для ефективної протидії загрозам під час війни необхідно застосовувати світовий досвід управління пам'ятками у кризових ситуаціях, а також переорієнтувати роботу державної пам'яткоохоронної системи відповідно до обставин, що складаються. Захист об'єктів культурної спадщини, як і повернення окупованих територій, є головними завданнями, від успішного виконання котрих сьогодні залежить доля України [4].

Уже зараз, у період активної фази війни, варто робити необхідні кроки та створювати дієві інституції, які підвищать спроможність України повернути культурні цінності та компенсувати втрати від знищеної росією спадщини в майбутньому.

Одним з пріоритетних механізмів реагування на порушення норм міжнародного гуманітарного права, зокрема злочинів проти культурної спадщини є системне документування втрат із застосуванням міжнародно визнаних методологій.

Моніторинг та фіксація стану культурної спадщини та культурних цінностей, що залишилися у зоні окупації, складання відповідних реєстрів та переліків, документування знищених об'єктів, відкриття кримінальних проваджень за фактами скоєних злочинів — це все складатиме правову основу для майбутніх претензій на рівні двосторонніх відносин та в міжнародних судах. Метою документування також є підготовка загальної претензії до росії щодо відшкодування

шкоди, викликані агресією проти України. Знищена, пошкоджена, втрачена культурна спадщина і цінності з врахуванням суми втрат повині бути відповідною часткою такої загальної претензії.

Крім того, має бути вироблена чітка державна позиція у ставленні до злочинів проти культурної спадщини і на цій підставі посилена співпраця з міжнародними організаціями..

Так, навіть у війні в Україні ми вже маємо справу з понад 100 тисячами ймовірних воєнних злочинів і їх розслідування потребує величезної кількості ресурсів й пріоритетизації. Але це не привід для того, щоб в цьому масиві “загубилися” й лишилися непокараними злочини проти культурної спадщини. Адже знищення кожної пам’ятки, втрата кожної цінності – це втрата всього людства.

Список використаних джерел:

1. Зі щитом чи на щиті? : захист культурних цінностей в умовах збройного конфлікту на сході України/ О. А. Біда, А. Б. Блага, Д. О. Коваль, О. А. Мартиненко, М. Г. Статкевич; за заг. ред. А. П. Бущенко. Українська Гельсінська спілка з прав людини. К., КИТ, 2016. 72 с.: з іл. ISBN 978-966-2279-59-7.

2. Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації. Постанова Кабінет Міністрів України зі змінами і доповненнями, № 326, від 20 березня 2022 р., Київ.

3.«Злочини проти культурної спадщини: чи можливе покарання?». Ліга.Бізнес. URL: https://lb.ua/blog/koalitsiia_ua5am/591312_zlochini_prot_i_kulturnoi_spads_hchini.html.

4. Рішняк О Культурна спадщина у воєнному конфлікті: міжнародний досвід другої половини ХХ – початку ХХІ ст. та українська дійсність. Український історичний журнал. 2022. Число 4. С. 159-174.

5. Мамедов Г. Злочини проти культурної спадщини: чи можливе покарання? Ліга. Бізнес. URL: https://lb.ua/blog/koalitsiia_ua5am/591312_zlochini_prot_i_kulturnoi_spads_hchini.html.

ЩУРКО У.В.

д.е.н., доцентка кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
м. Львів, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ АРТ-ТЕРАПЕВТИЧНИХ ПІДХОДІВ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ КРИЗОВИХ ПЕРІОДІВ РОЗВИТКУ СПІЛЬНОТ

Першою справді світового рівня кризою XXI століття стала пандемія COVID-19, що спонукала дослідників, митців та психологів по-новому оцінити потенціал арт-терапії. Розроблені та впроваджені під час гострої стадії пандемії арт-терапевтичні практики можуть бути адаптовані та пристосовані під інші кризові стани.

Першими результатами тривалої безпрецедентної кризи COVID-19 на рівні громади та на глобальному рівні стали поглиблення депресивних станів та нервових розладів, проблеми в малих спільнотах і сім'ях, розлучення, відстороненість та замкнутість [1].

За два роки пандемії COVID-19 арт-терапевти інтегрувалися, а потім й трансформувалися в спільноти соціальних працівників, доповнивши та видозмінивши їх. Часто такі арт-терапевти працювали «знизу вгору» в невеликих колективах, спільнотах, допомагаючи переосмислити та відновити активність участі самих членів у арт-терапевтичному процесі. Творчо використовуючи нові підходи, матеріали та техніки, адаптуючи під потреби та наслідки «ковідної» кризи. Арт-терапевти перетворили її на можливість для розширення використання арт-терапії в різних командах, спільнотах, громадах. Час пандемії в результаті став своєрідним живильним середовищем для інноваційного та творчого переосмислення арт-терапії.

На заході все частіше в літературі можна зустріти термін «соціальна арт-терапія», що об'єднує оцінку спільноти, системні підходи, сильні сторони та теорії криз спільноти, щоб вони стали цілісною сукупністю. Тепер, коли гостра стадія пандемії минула, у професії арт-терапії є можливість дослідити ці нові підходи, засновані на кількарічній новітній практиці, і поєднати їх із дедалі більшою кількістю теоретичних обґрунтувань соціальної арт-терапії. На переконання дослідників, зараз, як ніколи, відкриваються перспективи для об'єднання середовища, мистецтва, арт-терапевтів, етичних принципів в єдине ціле.

Протягом останніх кількох років арт-терапія в світі пристосувалася до використання нових технік, підходів і мистецьких процесів, віднаходила обґрунтування використання арт-терапії для досягнення соціальних цілей, де відбувалася тісна співпраця психологів і медичних працівників [2].

Оскільки загалом Арт-терапія часто більш індивідуальна або групова, а не спільнотна, К.МакГрегор на противагу запропонувала концепцію соціальної роботи [3], коли довгострокові кризи громади/спільноти сигналізують про потребу в трансформаційній колективній орієнтації. Науковець також наголошує, що підтримка й відновлення спільноти після кризових подій вимагає соціального фокусування, а не звуження до підтримки більш індивідуалістично орієнтованих підходів.

Таким чином, таку соціальну арт-терапію (спільнотну) можна розуміти як один із підходів у сфері спільноти та психосоціальних моделей практики арт-терапії, де використання мистецтва стосується розвитку солідарності та інклюзії, залучення маргіналізованих спільнот та осіб до взаємодії [4].

Соціальне мистецтво також включає використання мистецтва для сприяння суспільним змінам шляхом впливу зміни ієрархій у системах [5]. Це відбувається через створення креативних і значущих просторів для спільнот через залучення мистецтва та переформатування маргіналізованого середовища.

Такі трансформації можуть включати різні підходи:

- гуманізацію інституцій через мистецтво;
- креативне переосмислення місць і просторів;
- використання мистецтва для пропагування суспільних змін;
- використання мистецтва для покращення спілкування, стійкості

та подолання стресу та травм у громадах/спільнотах [5].

Ремесла, ритуали, ігри, креативні простори та інші культурно контекстуалізовані форми мистецтва допомагають відновити позитивну комунікації, командну роботу, переказ спільних наративів і залучення до спільного вирішення проблем.

Мистецтво надає спільнотам простір, у якому можна організувати сьогодні, переосмислити минуле та по-новому уявити майбутнє [6;7].

Центральним чинником спільнотних криз може бути спільна суспільна реальність і стресові стани учасників з обох сторін, наприклад, під час тієї ж пандемії [8]. Спільне конструювання спільної реальності передбачає, що арт-терапевти, як і інші практики та їхні

клієнти/пацієнти, реагують на постійно мінливу, стресову ситуацію «на місці», так що контекст у такій взаємодії стає домінуючим. Занурення в ситуацію усіх членів процесу безпосередньо в моменти проживання цієї кризи спільнотою є особливо важливим з точки зору довготривалого впливу на її членів та зміцнення взаємо підтримуючих зв'язків між ними.

Такі напрацювання дають добру основу українським науковцям і практикам, які занурюються в нову для нас тему арт-терапії, в часи особливого кризового періоду в Україні – війни. Це, своєю чергою створить передумови ефективної роботи в повоєнний період.

Список використаних джерел:

1. World Health Organization. URL: <https://www.who.int/data/gho/publications/world-health-statistics>

2. Gilmer T.P. et al. Developing trauma resilient communities through community capacity-building. BMC Public Health (2021).

3. McGregor C. A Paradigm Framework for Social Work Theory for Early 21st Century Practic. December 2019. British Journal of Social Work 49(8):.2112-2129.

4. Gil Schwartzberg T. et al. Exploring the concept of social art through a single session art activity with asylum seekers. The Arts in Psychotherapy (2021).

5. Huss E. et al. Visually transforming artwork and guided imagery as a way to reduce work related stress: A quantitative pilot study. The Arts in Psychotherapy (2014).

6. Kalmanowitz D. et al. Out of our mind. Art therapy and mindfulness with refugees, political violence and trauma. The Arts in Psychotherapy (2016).

7. Gavron T. The power of art to cope with trauma: Psychosocial intervention after the tsunami in Japan. Journal of Humanistic Psychology (2020).

8. Hall J. Covid-19 creativity or collapse. Artelior Therapy Online (2021).

**Кафедра менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв**

Освітні програми :

**«Менеджмент мистецтва» для освітнього рівня «Бакалавр»
«Менеджмент мистецтва» для освітнього рівня «Магістр»**

- ❖ цікаві сучасні предмети, серед яких багато авторських курсів:
 - управління культурними проектами
 - креативні індустрії
 - креативне підприємництво
 - PR та реклама в культурі
 - мистецтво ХХ століття

- ❖ прогресивні висококваліфіковані викладачі та тренери
 - учасники міжнародних програм, проектів
 - лауреати Шевченківських премій
 - всесвітньо відомі митці

Більшість наших студентів працевлаштовані за спеціальністю ще під час навчання.

- куратори виставок, культурних проектів
- керівники художніх шкіл, народних домів, театрів, дизайн студій
- менеджери фестивалів, днів моди, мистецьких просторів, керівники проектів УКФ, громадських організацій.

- ❖ стажування за кордоном
 - Німеччина
 - Польща
 - Британія (Уельс)

- ❖ успішні випускники
 - директор Львівського палацу мистецтв
 - художній керівник народного дому
 - власники дизайн студії
 - власники галереї STH Gallery
 - президентські стипендіати

- ❖ майстер-класи, тренінги та міжнародні проекти ... і багато цікавого, корисного, неординарного та потрібного)))

<https://www.facebook.com/groups/dep.artsmanagement>

https://lnam.edu.ua/uk/about_management.html

[e-mail: management@lnam.edu.ua](mailto:management@lnam.edu.ua)

Громадська організація «Центр суспільних інновацій» є однією з активних інституцій громадянського суспільства, яка реалізує проекти у сфері культури та освіти, серед яких основні за 2022 рік:

“Lviv Design Partnership” («Львівське дизайнерське партнерство»). З грудня 2018 року по 2022 р. у ЛНАМ було реалізовано грантовий проєкт Бриганської Ради “Creative Spark”. Партнерами проєкту стали ЛНАМ, CSAD (Кардіфф, Уельс) та PPV Knowledge Networks (Львів), ГО «Центр суспільних інновацій». Загалом в межах проєкту було реалізовано понад 220 заходів.

“Львів єднає і зміцнює”: первинна психологічна підтримка внутрішньо переміщених осіб (2022) за підтримки United Nations Development Programme. В межах проєкту було реалізовано понад 100 заходів, серед яких лекції, тренінги, поїздки, програми надання психологічної підтримки, у тому числі як професійними психологами, так і через арттерапевтичні практики.

Міжнародний етномистецький проєкт «Екологічний ракурс», який реалізується з 1996 року, в межах якого лише за 2022 рік – понад 30 подій та проєктів: виставки, майстер-класи, тренінги, а також заходи зі збереження елемента нематеріальної культурної спадщини «Мистецтво виготовлення глинянського візерункового текстилю», у тому числі участь у розробці плану збереження та розвитку об’єкта, підписано за участі ГО Меморандум зі стейкхолдерами щодо збереження елемента.

ДЛЯ ПОДАТОК

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Збірник матеріалів
*X Міжнародної науково-практичної конференції***

**Соціокультурна діяльність:
традиції та нові виклики**

***26 травня 2023 р.
м. Львів***

Підписано до друку 08.08.2023 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Умовн. друк. арк. 8,14. Обл.-вид. арк. 7,75.
Наклад 100 прим.

Видавець і виготовлювач: ТОВ «Растр-7»
79005, м. Львів, вул. Кн. Романа, 9/1.
Тел./факс: (032) 235 72 13. E-mail: rastr.sim@gmail.com
www.rastr-7.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ЛВ № 22 від 19.11.2002 р.

PACTP·7

ISBN 978-617-8164-26-3



9 786178 164263