

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ Б. ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ  
ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРИ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ  
ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ  
ЧЕРКАСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ

СОЦІОЛОГІЧНА АСОЦІАЦІЯ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКЕ РЕГІОНАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ САУ

## **ВІЗУАЛЬНІСТЬ В ЕСТЕТИЧНИХ ПРАКТИКАХ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР**

*матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції*

24-25 жовтня  
Черкаси 2019

**Візуальність в естетичних практиках: український вимір. Матеріали VI  
Всеукраїнської науково-практичної конференції (24-25 жовтня 2019 року).  
Черкаси: [ФОП Гордіснко], 2019. - 76 с.**

Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Візуальність і естетичних практиках: український вимір» вкочас доповіді учасників конференції, які публікуються в авторській редакції. В матеріалах збірника висвітлено проблеми сучасної медіафілософії, візуальної антропології, візуальної соціології, теорії та практики художньої творчості, теорії дизайну, які утворюють міждисциплінарне поле для полілогу філософів, соціологів, мистецтвознавців, наукових співробітників музеїв щодо теоретичного осмислення традицій та інновацій візуальної культури у контексті естетичних практик.

**Редакційна колегія:**

**Панченко Валентина Іванівна** – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри етики, естетики та культурології філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Личковах Володимир Анатолійович** – доктор філософських наук, професор, заслужений працівник освіти України, академік АН Вищої освіти України, професор кафедри філософії та гуманітарних дисциплін Чернігівського державного технологічного університету

**Марченко Олексій Васильович** – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії ННІ міжнародних відносин, історії і філософії Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Земзюліна Наталія Іванівна** – доктор історичних наук, професор, директор інституту ННІ міжнародних відносин, історії та філософії Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Яковець Інна Олександрівна** – доктор мистецтвознавства, доцент, професор кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Гладун Ольга Дмитрівна** – кандидат мистецтвознавства, доцент, директор Черкаського обласного художнього музею

**Дудко Людмила Андріївна** – кандидат соціологічних наук, голова Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України (ЧРВСАУ)

**Відповідальний секретар:**

**Пушонкова Оксана Анатоліївна** – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького, старший науковий співробітник відділу науково-освітньої роботи Черкаського обласного художнього музею

# РОЗДІЛ 1. ВІЗУАЛЬНІСТЬ ЯК ПРЕДМЕТ ФІЛОСОФСЬКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

---

## ЕНЕРГО-ІНФОРМАЦІЙНІ ВИМІРИ ЕСТЕТИКИ УКРАЇНСЬКОГО АВАНГАРДУ

**В. А. Личкова**

*доктор філос. наук, проф.*

*Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв*

Серед безмежного розмаїття естетичних і художніх шкіл, концепцій, течій, напрямків авангардизму хотілось би відшукати той спільний струмінь, творчий «дух», що живить ізсередини будь-які художні формотвори, забезпечує «вітаїзм» авангардистського обр-азотворення. Як би не різнилися формальні, технічні, стилістичні, композиційні, колористичні особливості «Нового мистецтва» поч. ХХ ст., всі вони, як на мене, спираються на той одвічний первень «леверкюнівської душі» авангарду, що пов'язаний з енерго-інформаційними змістами культури, особливо у зламні часи її кризи і відродження, декадансу і революційних трансформацій. Наразі мова йде про «енергійну парадигму» культури, яку С. Хоружий виводить із феномена синергії в його релігійних, філософських та естетичних значеннях [див. 1].

Крім енергії як «злиття енергій», в основі енерго-інформаційних потенціалів культури і мистецтва лежить Слово – божественний план буття, його причина і мета, що формує реальність ідеї, переводить енергію в ергон, мислиме у дійсне, задумане – у зроблене, Ім'я – у Присутність. Інакше кажучи, Слово має креативну силу і у творчості виступає як внутрішня, іманентна Ідея (платонівський «ейдос»), що розгортає образ з його архетипових структур.

Ще у Давній Греції Логос («слово», «думка», «космічний порядок») підпорядкував сутність і структуру буття, визначав Дух, Розум і Душу світу і людини. Разом з Ананке – космічною необхідністю і божественною волею – він вибудовував долю («рок») навіть богів і героїв, не кажучи вже про звичайних смертних. Логос панував у Всесвіті і свідомості людей, в космічному та індивідуальному розумі («нус»), в структурі та «логіці» мислення і мови.

Давньогрецькі філософи виокремили й таку онтологічну характеристику Логоса, як «енергейя» (енергія). Енергійне, тобто динамічне, творчосилове, креативне начало Слова стає присутнім як у мисленні, так і в мові. «Енергейя» забезпечує самий процес мислення, когнітивного розгортання думки в її послідовних, зв'язаних між собою, «логічних» формах. Вона є породжуючим, свристичним, формуючим стрижнем становлення й артикуляції мислення як «гераклітівського потоку» свідомості – ідеї, поняття, мовних потенціалів.

У мові ж мислительна «енергейя» переходить в «ергон» – слово, як частку мовлення, озвучений акт визначення, найменування. Ергон – це вже продукт «енергейї», мовно оформлений результат мислення, вироблене ним слово. Відтак, дискурс як мовно-мисленнева реальність складається з єдності енергії та ергона, їхньої взаємодії та взаємопереходу. Пізніше ці поняття давньогрецького філософського дискурсу використали у своїх дослідженнях філософії мови фон Гумбольдт і О. Потебня, позначаючи

ними співвідношення мислення і мови, а також характеризуючи онтологічну природу походження і сутності «слова».

Енерго-інформаційні структури Слова, еманации Духа і синергії просякають весь Космос буття – від природного світу до людського соціуму, культури, мови і мистецтва. Божественна енергеія і синергічна «співпраця Божественного і людського» охоплюють і складають сутність духовної сфери людського існування, визначають статус людини у Всесвіті, смисл і призначення її життя. Виходячи з цих позицій, наприкінці ХХ ст. виникає спеціальна галузь наукового знання – еніологія, – яка розслідує енерго-інформаційні обміни і взаємодії в природі, соціумі, духовній сфері людської екзистенції.

Еніологія спирається на дані природничих і гуманітарних наук, особливо щільно пов'язуючись з філософією, психологією, медициною, педагогікою, мистецтвознавством, інформатикою.

Сучасна енергоінформаційна естетика тільки зароджується. Як онтологія чуттєвості й феноменологія виразних форм з точки зору еніології (науки про енергоінформаційні взаємодії у природі, суспільстві та культурі), еніоестетика є постнекласичною парадигмою новітньої філософії мистецтва й чуттєвої культури. Вона приходить на зміну некласичним концепціям естетики (в т. ч. постмодерністським) у складі світогляду та філософії універсалізму. Універсалістичні виміри науки і мистецтва відрізняються «єдністю розмаїтого», спираючись не просто на «діалог», а на «полілог» всіх складових культури. У постнекласичних дискурсах мова йде про комплементарність сайєнтизму і гуманізму, науково-технічного та аксіологічного, логіко-раціонального та естетичного.

Зокрема, у постнекласичній естетиці відбувається синтез традиційних ідей, принципів і категорій філософії мистецтва із світоглядно-понятійним апаратом сучасних наук, з дискурсивним тезаурусом комп'ютерних, інформаційних, цифрових технологій. Саме на цій хвилі нового духовного синкретизму, неоренесансної синергії «гуманізму» і «трансгуманізму» з'являється енерго-інформаційна естетика як транспозиція ідей еніології на сферу філософії мистецтва та теорії чуттєвої культури. Останнім часом еніологія, що досліджує енерго-інформаційні процеси у Всесвіті та у людському світі, вже отримала власний науковий статус і легітимність [див. 2], проте становлення її дисциплінарних специфікацій (еніомедицина, еніопсихологія, еніопедагогіка, еніоестетика тощо) тільки розпочинається.

На мою думку, в еніоестетиці є можливим більш адекватне категоріальне й концептуальне відбиття нових реалій чуттєвої культури та мистецтва, які з'явилися в естетосфері інформаційного й постінформаційного суспільства. Комп'ютерні технології та сучасний медіа-простір кардинально змінили не лише інформаційно-комунікативне середовище, а й способи мислення, почування, сприйняття, творчості. «Актуальне мистецтво» тонко реагує на ці зміни, трансформуючи художній дискурс та образну мову в бік дигітально-цифрових технологій і мультимедійних засобів. Паралельно формується і постнекласична еніоестетика медіа-арту.

#### **Література:**

1. *Синергія: Проблеми аскетички і мистики православія: Науч. сб. под общ. ред. С.С.Хоружего. – М., 1995. – 366 с.*
2. *Личковач В. Еніоестетика імені: Акрівірії. Статті. Есеї / Володимир Личковач. – Чернігів, 2014. – 224 с. (монографія).*

## ФЕНОМЕН КУЛЬТОВОГО КІНО (МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ)

**К. В. Батаєва**

*доктор філос. наук, проф. Харківський гуманітарний  
університет «Народна українська академія»*

У сучасній візуальній соціології дослідження кіно (film studies) займають свою важливу нішу, що обумовлено величезним впливом сучасного кінематографа на світосприйняття і поведінку сучасної людини. «Дослідження кіно» є міждисциплінарним напрямком, в якому представлені мистецтвознавчі, культурологічні, філософські та соціологічні підходи до вивчення кіно. В «дослідженнях кіно» значну увагу приділяють аналізу різних культурних, соціальних, художніх і навіть економічних ефектів, які виробляє кінематограф в сучасному світі.

Одним з найменш досліджених феноменів в сучасній кіно-теорії є феномен «культового кіно» [1], який також доцільно вивчати в міждисциплінарному контексті. Так, філософи і культурологи звертають увагу на дивне поєднання в цьому феномені залежності людини від конкретного кіно-продукту, який «притягує», змушує його багато разів переглядати одні й ті ж кадри і копіювати манеру поведінки і мислення улюблених персонажів, з іншого боку, свободи глядача, який самостійно вибирає, який фільм стане для нього «культовим», – не той, який активно нав'язують продюсери, а який більше припав до душі, виявився зрозумілішим. Деякі дослідники відзначають спорідненість культового кіно постмодерністському плетінню тексту, в якому є безліч смислових «входів» і «виходів», кілька сюжетних ліній (які можуть перетинатися або розвиватися незалежно одна від одної), безліч деталей і нюансів, які можна «смакувати» і розглядати з усіх боків. «Культові програми часто доповнюють свої лінійні оповідання нелінійною розповіддю, яке можуть йти вперед і назад, охоплюючи безліч тимчасових рамок і налаштувань для створення потенційно нескінченного великого метатекста» [3].

У візуальній соціології намагаються виявити відмінні риси культового кіно, виявити його феноменологічні характеристики. Так, на думку Н. Самуїної, «культовий фільм задається спеціальною глядацькою активністю: не тільки нескінченними переглядами на відео (як дивиться «Касабланку» циган з «Чорної кішки, білого kota»), але і здатністю «вжитися» в цей фільм, грати в нього, купувати рекламні футболки і саундтреки, шити костюми і їздити на фестивалі (такий щорічний фестиваль «The Rocky Horror Picture Show»), створювати інтернет-сайти і збирати на них інформацію від десятків таких же шанувальників фільму» [2]. Аналогічної точки зору дотримується і Р. Пірсон, яка стверджує, що сам параметр «культовості» задає глядач, без захопаності якого в конкретний фільм не виник б тривалий у часі і підтримуваний багатьма поколіннями фанів феномен поклоніння конкретним кіно-образам. «Більшість коментаторів культового кіно сходяться на думці, що фільми викликають надмірну відданість, яку Мендек і Харпер називають «ритуальною формою майже одержимості». Спосіб отримання, а не спосіб виробництва або текстові характеристики, здається, найкраще визначає культовий фільм» [3].

Таким чином, визначальною характеристикою культового кіно стають групи фанів, шанувальників, які можуть регулярно зустрічатися, щоб поговорити про улюблений фільм, ще раз спільно переглянути його, «пограти» в його героїв, розвиваючи і доповнюючи сюжетні лінії новими вигаданими історіями. У фан-групах є своя ієрархія, принцип побудови якої також є дуже дивним, – мова йде про часову тривалість поклоніння

конкретній кіно-стрічці, про кількість її переглядів. «Фанат, який бачив «Імперія завдає удару у відповідь» п'ятдесят разів, має більш високий статус, ніж той, хто бачив його тільки п'ять разів» [3].

Варто звернути увагу на ще одну «соціологічну» особливість культового кіно, – його зв'язок з темою маргінальності (маргінальними групами, маргінальними сюжетами, маргінальними темами). «Можна легко помітити, що весь цей багатий і різноманітний простір культового кіно цілком відповідає визначенню «дивного» і «маргінального», будь то маргінальність сексуальних меншин або відособленість світу підлітків, для яких перші «Зоряні війни» 1977 року стали відправною точкою для нескінченних ігрових фантазій» [2]. Для маргінальних груп деякі фільми стали майданчиком маніфестації власних думок та життєвого досвіду, власного протесту проти незрозумілого світу соціальної реальності.

Д. Рівз також виділяє «релігійний» аспект культового кіно, який виявляється в його сакралізації, культивуванні, піднесенні в ранг чогось «недоторканного», священного. «Успішні культові фільми повертають до себе тих глядачів, для яких вони є не тільки особливою подією, а й основним джерелом самовизначення, свого роду квазі-релігійного досвіду» [4, р.26-27]. Відповідно, можна припустити, що культове кіно виступає в ролі «сурогату релігійного досвіду» в секуляризованому світі, в якому істинний релігійний досвід стає рідкісним.

Для подальшого дослідження культового кіно в візуальній соціології перспективним стає виявлення та класифікація параметрів цього феномена, а також проведення прикладних соціологічних досліджень, метою яких може стати вивчення повсякденного світу фанатів культового кіно і розуміння специфіки їх сприйняття соціального світу.

#### **Література:**

1. Батаєва К. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність: навчальний посібник. Київ: Кондор-Видавництво, 2017. 344 с.
2. Самутина Н. Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу. *Логос*, 2002. № 5-6(35).
3. Pearson R. *Kings of Infinite Space: Cult Television Characters and Narrative Possibilities*. URL: <https://www.nottingham.ac.uk/scope/documents/2003/november-2003/pearson.pdf> (дата звернення 01.09.2019).
4. Reeves Jimmie L., Mark C. Rodgers and Michael Epstein (1996) *Rewriting Popularity: The Cult Files*, in David Lavery, Angela Hague, and Marla Cartwright, (eds.) Pp. 22-35.

## КРИЗА ОБРАЗОТВОРЧИХ РЕПРЕЗЕНТАЦІЙ І СУЧАСНИЙ ЖИВОПИС

**К. В. Братко**

*канд. філос. наук, доцент ЧНУ ім. Б. Хмельницького*

Сучасний живопис у його різноманітних іпостасях можна окреслити як візуальний вираз фундаментальної перебудови художньої свідомості, заснованої на метафізиці присутності і похідної від неї ідеї репрезентації. З одного боку, репрезентаційні претензії живопису виводяться із принципу об'єктивної тотожності істини та буття, яка із необхідністю здійснюється у модусі чуттєво даної присутності. А з іншого боку, ці претензії реалізуються через відповідну закону присутності міметичну та символічну моделі представлення, яке у художньо-образному унаочненні буття здійснює чуттєво даний вияв його смислово-значених властивостей.

Таким чином, мистецтво, як і філософія, постає модусом семантичного представлення присутності. На цьому ґрунті вже в добу античності формується переконання у здатності мистецтва осягати та представляти істину буття якщо не більш, то принаймні не менш повно і ясно, ніж філософія. Унаслідок виникає суперечка між художньою та філософською свідомістю, яскраве свідчення якої ми знаходимо у критиці Платоном міметичних візуальних репрезентацій [1]. Платонова критика має на меті довести семантичну неспроможність образотворчих мистецтв, їх нездатність представляти істину. Але, разом з тим, філософ не заперечує існування альтернативних мистецьких практик, у яких істина усе ж таки з'являється, але у безпосередньому здійсненні. До таких зокрема належить поезія, названа в «Іоні» нелюдським мистецтвом, оскільки її творіння «... божественні і належать богам, поети ж – ніщо інше, як тлумачі волі богів» [2, с. 139]. Важливо наголосити, що поезія завдячує безпосередній присутності істини не власне мистецьким можливостям, адже «... поети творять і говорять не за допомогою мистецтва, а за божественним визначенням» [2, с. 138], будучи в стані «одержимості», «несамовитості», «шалу».

Інтерпретуючи дані висловлювання в контексті нашого дослідження, наважимося припустити, що в них йдеться про особливий глибинний досвід, якому ще не властиве розрізнення чуттєво-емоційного та розумового (адже несамовитість і шал тут поєднані із тлумаченням), про αἴσθησις як чуттєво-інтелектуальне сприймання.

Звільнена від спиритуалістичних шат ідея первинного досвіду сутнісного споглядання була підхоплена і перетлумачена у феноменологічній філософії. Так Е. Гуссерль зазначав, що «осягаюче у досвіді, або індивідуальне споглядання може бути перетвореним на бачення сутності (ідеацію) – можливість, яку належить розуміти ... як сутнісну. Тоді, те що видивлено і є відповідна чиста сутність, або ейдос» [3, с. 33]. Вочевидь, у баченні сутності, про яке говорить Гуссерль упізнається вище згаданий αἴσθησις.

Ж.-Ф. Лютар наголошує, що властива естесису чуттєво-інтелектуальна єдність складає фундамент первинного сприймання феноменального світу. Отже, доки цей зв'язок триває, претензії мистецтва на репрезентативність залишаються правомірними. Проте, зберегти його у межах метафізики присутності не вдається. Для живопису цей розрив є особливо відчутним, адже породжена ним порожнеча поглинає первісну феноменальність. Твори сучасних художників наочно демонструють наслідки такого стану: у них ми бачимо відмову від метафізичної оповіді, уникання смислової змістовності і відповідного поняттєвого виразу, натомість стверджується незрозумілість. Присутність

тут «застосована лише для того, – зазначає Ліотар, – аби показати фальшивість присутності» [4, с.14].

Здається, ми стаємо свідками цілковитого розчинення художньої інтенціональності у пафосі негачії. Однак, таке враження є неповним і неточним. Ліотар наголошує, що у творах Адамі, Аракави, Бюрена представлена інша присутність (і що знаменно) в модусі пригадування. Застосування Ліотаром впроваджені Платоном категорії анамнезису не є випадковим збігом і, водночас не є буквальним повторенням. Так само, як і у Платона пригадування це повернення до деякого первинного початкового досвіду, але мета цього повернення – не-Платонова. Це досвід світу як феномену, вільного від метафізичних покладань та причинно-наслідкових пояснень, досвід чуттєво даного, яке виявляє не лише свою суть, але й умови своєї візуальної присутності.

#### **Література:**

1. Платон. Государство / Платон // Диалоги. Книга вторая; [пер. с древнегреч. М. С. Соловьёва, Я. М. Боровского, А. В. Болдырева, В. С. Соловьёва, С. П. Маркиша, С. А. Ошерова, Т. В. Васильевой, С. К. Анта, А. Н. Егунова, С. А. Ананьина, Н. Н. Томасова] – М.: Эксмо, 2008. – С. 89 – 455.
2. Платон. Ион / Платон // Диалоги. Книга первая; [пер. с древнегреч. Н. В. Самсонова, А. Н. Егунова, С. С. Аверинцева, С. Я. Шейнман-Топитегин, С. П. Кондратьева] – М.: Эксмо, 2008. – С. 131 – 149.
3. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Книга первая / Э. Гуссерль; [пер. с нем. А.В. Михайлова]. – М.: Академический Проект, 2009. – 489 с.
4. Lyotard Jean-François. *Que peindre? Adami, Arakawa, Buren / Jean-François Lyotard.* – Paris: Hermann, 2008. – 144 p.

## **НЕОЧЕВИДНІСТЬ ОЧЕВИДНОГО: ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ТА ПОСТПРАВДА**

**П. В. Кретов**

*канд. філос.наук, доцент ЧНУ ім. Б. Хмельницького*

**О. І. Кретьова**

*канд. пед.наук, доцент ЧНУ ім. Б. Хмельницького*

Поняття реальності у світі, твореному сучасними інформаційно-комунікативними технологіями, маємо визнати як гранично проблематизоване. Постправду в цьому контексті тлумачимо як дифузійну інтерпретативну модель щодо інформаційного потоку, яка гранично розмиває межі між наявним фактуальним станом речей, дискурсивним описом реальності, його раціональною інтерпретацією і некоректним, неправдивим, маніпулятивним оперуванням фактів та інформаційних приводів, що не відповідають жодним фактам, яке апелює перш за все «ad hominem», до психоемоційної, афективної сфери свідомості людини, причому переважно не до вербальних структур когнітивного, а до сфери візуального, і насамперед латентно символічного. Цифрова комунікація та медіапростір під таким кутом зору постають як середовище впливу й маніпуляцій, а не територія свободи й вільного доступу до інформації, артикульованої як знання та цінність. За умови аморфності світоглядних засад рецепції інформації постправда є



латентною ідеологією і ґрунтом для радикалізації ідей в політичному та соціальному горизонті смислів, оскільки підриває просвітницьку віру в розум і можливість пізнання реальності. Візуалізація меседжу постправди унаочнює формування нового типу рецепції реальності як її деконструкції. Під цим кутом зору феномен постправди є механізмом та інструментом деформації й деструкції соціальної уяви та свідомості. Якщо Інтернет і глобальні соціальні мережі утворюють медійно-комунікаційні платформи тотального характеру, перебравши на себе не лише функції інформування людей та спільнот, але й створивши специфічний простір і форми побутування інформації, формування картини світу, то феномен постправди набуває тотального масштабу, оскільки може витіснити традиційні форми побутування й обміну інформацією в людському світі, не обмежені безпосереднім досвідом. Інформаційний простір, в якому критично розмиваються межі між когерентним щодо реальності повідомленням та фейком, втрачає критеріальну визначуваність і набуває критично більшої кількості зв'язків між частинами в складі цілого, генеруючи похідну від інформаційної смислової реальність, яка гранично проблематизує суб'єктність реципієнта. Подібна ризоматична структура завдяки превалюванню умовно горизонтальних, експлікованих у просторі цифрової комунікації зв'язків між реципієнтом як когнітивним агентом і знеособленими джерелами таргетованої інформації над умовно вертикальними зв'язками, що охоплюють сприйняття й осмислення інформації, отриманої в процесі безпосередньої міжособистісної комунікації та досвіду залученості до соціальних груп різних ступенів загальності, обумовлює виникнення ідеальної ситуації для задіяння ідеологічних впливів soft power (Дж. Най) через цифрове інформаційне середовище.

Постправда нерозривно пов'язана з феноменами «інформаційного каскаду» (information cascade), «бульбашки фільтрів» (filter bubble), «клікбейту» (clickbait), які є механізмами поширення й рецепції інформації і формують таким чином ефект групового мислення в межах інформаційного соціального впливу. Зауважимо, що за такого розгляду феномен постправди не може тлумачитися лише як похідний епіфеномен, необхідний складник технологічного поступу людства назагал і «цифрової комунікації» (П. Вацлавік) зокрема. Якщо виводити феномен постправди із самої природи «мудрості Заходу» (Б. Рассел), апелюючи до індивідуалізму як підстави антропоцентризму в античній традиції, то сама можливість більшої ніж одна кількість інтерпретацій однієї й тієї ж групи фактів укорінена у фундаментальному концепті суб'єкта, суб'єктності пізнання, переживання й осмислення реальності. Знаменно, що якщо розглядати феномен постправди в контексті колізійності тенденцій модерної «метафізики присутності» (фр. Presence) та постмодерної, деконструюючої поняттєву структуру соціальної уяви «філософії відмінності» (фр. Difference) (у термінах Ж. Деріди), то вони парадоксальним чином є суголосними, оскільки з різних точок зору проблематизують суб'єктність мовця та реципієнта мовної дескрипції реальності як картини світу (М. Гайдеггер). Просвітницька епістемологічна й аксіологічна апологія логофоноцентричного Розуму І. Канта, піддана під різними кутами зору критичній рефлексії Л. Вітгенштайном та М. Гайдеггером, трансформувалася у фукіансько-ліотарівсько-дельозівські дисперсні наративи й дискурси влади постструктуралізму та постмарксистські критику цинічного розуму (П. Слотердайк) і піднесений об'єкт ідеології (С. Жижек). Факти, представлені розумом, позбавлені легітимності та прагматичної ефективності у сфері соціальної комунікації, стають лише будівельним матеріалом і поживним середовищем для постправди. Наразі ця проблематика актуалізована в таких сучасних філософських експлікаціях соціальних уявлень про

реальність, як наративна онтологія, об'єктно-орієнтована онтологія, снактивізм, символічна антропологія, філософія діалогу.

Анонімність фейкових новин та їх візуалізованість на протигагу вербальній артикульованості для пересічного споживача інформації надійно захищена алгоритмами технологій їхнього впровадження. Технології, що дозволяють генерувати модельований аудіовізуальний контент, який без спеціального машинного та програмного забезпечення практично неможливо відрізнити від реального (deepfake), гранично ускладняють верифікацію конгруентності фактичної реальності та її репрезентації в медіавимірі людської соціальності. Протистояти емоційно-афективному впливові інформаційного простору постправди, що ґрунтується на використанні релевантної символіки, виключно у сфері когнітивного навряд чи ефективно. Інформаційній ентропії постправди можна протиставити ціннісні та мотиваційні системи, які будуть функціонувати як метаідеологія, що об'єднує людей з різноманітними поглядами. Інша справа, що феномен постправди ілюструє підхід до такого простору як до децентрованого, антилогофоноцентричного простору Дельозової «складки» чи «хори» в інтерпретації Ю. Крістевої. Збереження й утримання динамічної рівноваги між технологічними інструментами, цифровим середовищем комунікації та безпосереднім спілкуванням між людьми видається запорукою ефективного аутопойєзису соціальної системи.

Видається доречним також уточнення ноєматичного змісту критичного мислення, який як інтенціональний корелят ноєзису має формувати переживання істини як цінності та блага. Критичне мислення в інформаційній ситуації постправди має бути опертим на психоемоційну сферу особистісних ціннісних установок, цілепокладання та мотивації і здійснюватися в сфері когнітивного у кореляції з цілісним переживанням реальності, її оцінюванням та самопозиціонуванням щодо неї. Інакше особистість неминуче стає зразковим об'єктом для ідеологічних маніпуляцій. Позірна безальтернативність феномену постправди в умовах візуалізованої цифрової комунікації генерує соціальний фаталізм і зневіру, тоді як критичне мислення передбачає акцентований активізм і суб'єктність особистості в соціальній, ідеологічній та ціннісній сферах.

# ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНІЙ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ

**О. М. Кожемякіна**

*канд. філос. наук, доц. ЧДТУ*

Надзвичайні можливості різноманітних технологій керованого впливу на почуття та свідомість людей, що яскраво демонструє сучасне інформаційне суспільство, значно загострюють проблематику маніпулятивних чинників соціальних взаємодій, увиразнюючи також питання конструктивних та деструктивних комунікативних ефектів сучасної медіареальності, що зумовлює дослідницький формат медіа-аналітики як з точки зору нових можливостей, так і серйозних викликів та глобальних загроз. Ефект візуальної комунікації як провідного складника багатьох сучасних медіатехнологій містить певні способи компановки смислів та їх донесення до кінцевого споживача інформації, що особливо виразно постає в сучасних ЗМІ та соціальних медіа. Зазначимо, що сучасні медіа постають не лише засобом передачі інформації, а й виявляють різнобічні аспекти комбінованих форматів подання інформації та організації взаємодії з контентом – від розширення людських властивостей (Г. Маклюен) до виробництва штучної реальності та віддалення соціальної дійсності (Ж. Бодрійяр). Сучасні конвергентні медіа вирізняються наявністю численних технологій візуалізації інформації, що сприяє спрощенню її обробки, зокрема, внаслідок інформаційного перенасичення та становлення своєрідної візуальної медіакультури.

Серед важливих та дієвих механізмів комунікативного впливу візуалізації провідні дослідники насамперед виокремлюють потужний потенціал майже миттєвого смислового охоплення та виявлення акцентованих рис. Зазначені ефекти суттєво посилюють актуалізаційні та маніпулятивні можливості візуальної комунікації, адже представлені в малюнках (схемах, таблицях, фотографіях та ін.) чіткі та виразні образи дозволяють відобразити у зрозумілих зв'язках складні поняття та узагальнити необхідну інформацію, ефектно переконуючи та успішно привертаючи увагу.

Зокрема, автор бестселера «Візуальне мислення» Ден Роем пропонує розглянути можливості візуального мислення у способі постановки та вирішенні різноманітних проблем, що, комплексно активізуючи аналітичні та творчі здібності, сприяє швидкій оцінці ситуації та обґрунтованому прийняттю рішень.

Варто наголосити, що візуальне мислення розглядається Д. Роемом в аспекті використання переваг провідної природної властивості людини бачити, причому не стільки буквально – у вигляді безпосередніх образів, скільки мисленнєво – у спроможності знаходити приховані та неочевидні ідеї, інтуїтивно їх розвивати та доступно представляти іншим [1, с. 12]. Послідовне застосування чотирьох етапів візуального мислення (дивитись, бачити, уявляти та представляти іншим) уможливило вирішення багатьох складних завдань шляхом детального аналізу проблеми, синтезу необхідних даних, а також спроможності стимулювати нові ідеї і знаходити різні способи вирішення проблем.

Таким чином, візуальне мислення як мислення шляхом візуальних операцій дозволяє складні конфігурації проблемної ситуації видозмінити шляхом перебудови зв'язків, трансформації нової інформації з урахуванням попереднього досвіду, доцільного переключення уваги та виявлення нових взаємозв'язків. Відтак, очевидні конструктивні ефекти візуального мислення мають надзвичайний потенціал вдалого застосування в педагогіці, бізнес-аналітиці, маркетингу, політичному менеджменті та безлічі інших сфер сучасного соціуму, постаючи, водночас, і важливим компонентом медіаграмотності.

*Література:*

1. Розм Д. *Визуальное мышление. Как «продать» свои идеи при помощи визуальных образов / Дэн Розм; [пер. с англ. О. Медведь]. – М.: Манн, Иванов, Фербер, Эксмо, 2013. – 300 с.*

## CRITICISM OF RADICAL FEMINISM

*З. В. Шевченко*

*канд. філос. наук, доцент ЧНУ ім.Б.Хмельницького*

Social communities that suffered from the various kinds of harassment in the past having received legal, economic, cultural, etc. recognition of their own values, often speculate on their negative historical experience and, as a result, receive constant apologies in the form of discrimination against representatives of the guilty party. Such inverse discrimination feeds on various radical trends that not only preach their own ideologies, but also try to impose them on the social whole. Radical feminism is no exception. Suffering from extremes (aggressive propagation and demonstration of their own views, rejection of criticism, uncompromisingness, intolerance, etc.), most radical feminist theories discredit the directions from which they have been separated, devalue their outlined goals, tasks and achievements of feminism as a whole.

As an example:

- cultural feminism focuses on the irrational and intuitive side of life. Proponents of this trend emphasize the difference between men and women, singling out purely female qualities as a source of personal strength, pride and social renewal. The basic idea of cultural feminism is the matriarchal view of society, in which all the management is in the hands of strong women, which rely on feminine values, including pacifism, cooperation, non-violent conflict resolution, harmonious regulation of social life [1]. However, many theorists of feminism consider such a point of view as degrading human dignity, damaging social change and the image of the feminist movement. They are convinced that the domination of women will not lead to overcoming the dominant dualistic world outlook, but only wring the already existing system into an outsider. Replacing patriarchy with matriarchy is not a solution to a woman's problem;

- separatist feminism is trying to separate from men physically, psychologically, spiritually, does not recognize heterosexual relationships among its own representatives, and argues that problems that are based on sex differences between men and women can not be solved. Separatist feminists tend to believe that men can not make a positive contribution to feminism, because even guided by good intentions, they will still reproduce patriarchal dynamics. Critics of this trend of feminism emphasize that he supports, deepens and reproduces gender inequality, in particular bias towards a male, building up his own concept on sexual balance;

- anti pornography feminism suffers from its own ideological isolation and manipulative social consciousness, since it considers pornography not as a social phenomenon involving both sexes but as a patriarchal tool for controlling female sexuality.

The examples provided indicate that radical feminism is beyond contemporary gender discourse. By focusing on flamboyant, provocative theories and methods solely on the female issue, radical feminist philosophy marginalizes itself.

**Reference:**

1. Филлипс Ч. Томас. *Феминизм и семья: историко-социологический анализ* / под ред. А. И. Антонова. – М.: «Грааль», 2002. – 176 с.

## СУЧАСНІ ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

**О. Ю. Рилова,**  
викладач ЧДБК

У сучасному світі базовим модусом культури виступає візуальність. В епоху тотального розповсюдження нових інформаційних технологій процес візуальної експансії прискорюється, при цьому попередня «мовленнева» культура поступово втрачає свої позиції. Сьогодні сприйняття навколишньої дійсності, як правило, опосередковане візуальними образами, які здійснюють постійний вплив на масову та індивідуальну свідомість, формуючи певні стереотипи та моделі поведінки в суспільстві.

У соціології виникає проблема подання інформації у вигляді, зрозумілому широкому загалу. Існує потреба наочності та компактного узагальнення соціологічної інформації. Тож новим, ефективним засобом донесення соціологічної інформації за допомогою візуальних засобів є інфографіка.

Інфографіка – це наочний спосіб подачі інформації у графічній формі. Вона допомагає:

- організувати великі обсяги інформації;
- компактно розкрити складові частини складного явища;
- продемонструвати тенденції розвитку об'єкта;
- відобразити співвідношення предметів або фактів у просторі і часі;
- показати алгоритм роботи або процесу.

У соціології інфографіка може бути представлена у різних формах. Це матриці, карти, ілюстрації, графіки та діаграми. Останні поділяються на діаграми порівняння, структурні, карти візуалізації процесу, часу та зв'язків.

Сучасні соціологи широко застосовують загальнонаукові форми згортання даних. Зокрема, діаграми порівняння, котрі демонструють співвідношення певної інформації. Такими можуть бути стовпчикова, кругова, кільцева, пелюсткова та інші діаграми.

Показати структуру соціологічної інформації та взаємозв'язки між об'єктами дозволяє структурна діаграма. До цього типу належать діаграма Венна-Ейлера, формалізована діаграма, а також зображення у вигляді дерева або ментальної карти (mind-maps). Останні дві демонструють ієрархію інформації, де елементи є батьківськими або дочірніми по відношенню один до одного. Але перша вибудовується у вигляді «вузлів», поєднаних лініями, як правило, згори до низу, а друга має центричну будову – від ключового поняття відходить один або декілька дочірніх елементів. «Вузол» зазвичай зображується у вигляді кола або прямокутника.

Візуалізувати процес, продемонструвати послідовність дій та кількість сценаріїв розвитку події допомагають циклічна діаграма, блок-схеми (формалізовані та неформалізовані) та діаграма Сенкі. Кроки процесу, котрий містить низку повторюваних дій, циклічна діаграма відображає у вигляді кільця, котре утворюють з'єднані стрілками кроки. Початок і закінчення процесу зображують за допомогою стрілок, що входять та виходять з кола. Блок-схеми показують процес у вигляді блоків, пов'язаних один з одним за допомогою

стрілок, спрямованих в один бік. Діаграма Сенкі, що демонструє ключові кроки процесу та інтенсивність його протікання на кожній з ділянок, зображується у вигляді поєднаних та розгалужених ліній різної товщини (в залежності від величини параметру).

Шкала часу може бути представлена у вигляді діаграми Ганта, котра відображає послідовність, тривалість, початок та закінчення етапів або проекту, у вигляді одного або декількох каскадів. Відобразити множинну зв'язків всередині набору даних можна за допомогою кругових, лінійних діаграм, зв'язків на карті або дендрограм.

Інформацію, що пов'язана з географією певного об'єкта, зображують у вигляді карт: географічних, фотографічних, дорожніх, тематичних, картограм тощо.

На сьогоднішній день одним із найбільш привабливих засобів передачі соціологічної інформації є наочні зображення результатів досліджень, коли процес поетапно описується за допомогою картинок. Соціологи все частіше звертаються до цієї форми візуалізації інформації, щоб наочно підтвердити виявлені тенденції розвитку суспільства, а головне – спростити процес сприйняття складного аналітичного тексту для широкого загалу.

Візуалізувати соціологічну інформацію можна і за допомогою 3D графіки. Можна створити динамічні зображення за допомогою анімації або стереоскопічні зображення, що дають ілюзію об'ємності.

Таким чином, сучасні соціологи мають широкий арсенал загальнонаукових та спеціальних засобів візуалізації соціологічної інформації.

## **ВІЗУАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ У СУЧАСНИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ**

**Д. О. Котляр,**

*викладач ЧПБ ім. Героїв Чорнобіля*

Виклад та компоновання різних варіантів категоризації називають жанрами. На сучасному етапі друковані засоби масової інформації використовують інформаційні жанри, що являються системою, розвиток якої відбувається швидко й непередбачувано [1, с. 45].

Висока якість подання журналістського матеріалу є основною вимогою, поставленою перед інтерв'юєром і репортером. Оприлюднюючи інформацію серед читачів, представники преси повинні постаратися максимально скористатися всіма можливостями. Тут треба використати декілька прийомів. Розпочати слід із заголовка, після чого необхідно включно до останньої фрази подати вріз. Являючись висновком журналістського матеріалу, остання фраза має бути сформульована досить ефективно, щоб читачі на підсвідомому рівні змогли її запам'ятати [2, с. 152].

Дослідники вважають, що «розпізнати» жанровий матеріал – питання складне й не повністю вивчене. Для споживачів друкованої продукції України воно продовжує залишатися актуальним і на сьогоднішній день. Можна переконатися, що протягом деякого часу при регулярному виході в друк певного видання шанувальники вже звикають до обраного представниками ЗМІ жанру. Цікавим є той факт, що деякі журналісти, ведучи конкретні рубрики і маючи справу з певними жанрами, зібрили навколо себе цілі групи поціновувачів. Наприклад, такими рубриками є: «Екопрогноз», «Екобезпека», «Екопопередження», що розміщуються в газеті екологічної

громадськості України «ЕКО». В студентській газеті користуються популярністю рубрики «В гостях у Мельпомени», «Дорожній репортаж», «Життя і освіта за кордоном».

Взявши до уваги об'єктивні причини – менталітет окремої нації та суб'єктивні характер даного видання, а також враховуючи потреби різних соціальних прошарків населення, формують інформаційні жанри. Щоб не ускладнювати ситуацію з реалізацією друкованих видань і не спрощувати журналістикознавчу науку, не потрібно штучним чином підлаштовувати систему жанрів під визначені стереотипи. Зважаючи на інформаційні потреби читацької аудиторії, дослідники виокремили в журналістиці наступні жанри: інтерв'ю, розслідування, розширене повідомлення, інформаційне повідомлення, портрет, звіт. Репортаж також являється жанром [2, с. 68].

Інформаційні жанри, маючи основою об'єктивність подання інформації, здатні по-зитивно трансформуватися. Суттєво неможливим суб'єктивне журналістське трактування буває тоді, коли всього на три питання відповідає інформаційна замітка: Що? Де? Коли? В інтерв'ю неможливо підтасувати факти за умов, якщо респондент, перевіривши, завірив його своїм підписом відповідно до класичних канонів моралі в журналістиці [2, с. 70].

Розвиток інформаційних жанрів залежить від переходу держави до вільного ринку, що надає можливість панувати в Україні транснаціональним корпораціям. Оскільки наша держава зараз знаходиться на перехідному етапі, то й не дивно, що в неї незначні інформаційні технології, тому завдяки розвитку національних засобів масової інформації вона здійснює захист свого інформаційного простору [1, с. 49].

Існують такі головні ознаки, властиві динаміці розвитку інформаційних жанрів: 1) ма-нера, стиль подання певного друкованого ЗМІ та жорстка прив'язка до нього. Наприклад: пошукові форми, поєднані з класичним стилем у «Студентській газеті», класичний репортаж в «ПіК», або жовтий стиль в «Київських ведомостей»; 2) у жанрах можливий взаємоперехід та взаємовплив. Перш за все, це стосується переходу інтерв'ю в репортаж й переходу репортажу в інтерв'ю. Легко переплутати інтерв'ю з елементами репортажу з репортажем з елементами інтерв'ю; 3) прискорені темпи розвитку нових видів репортажу у журналістиці України – історичного репортажу, репортажу – передбачення; 4) виклад численних політичних гострих інтерв'ю і репортажів, що є своєрідною реакцією на об'єктивні часові обставини [2, с. 96].

Розширений заголовок, який часто використовують у сучасних інформаційних замітках дуже детально пояснює в розповідній формі все те, про що пишуть в інформаційній замітці. Сучасні друковані видання надають перевагу саме розширеному заголовку. Такий заголовок застосовують на практиці порівняно недавно. Такий тип заголовків не застосовують у часописах, які видають більш-менш регулярно через низку об'єктивних причин, основною з яких являється встановлена на журнал ціна. Розширений заголовок можна прочитати на шпальтах таких газет: «Газета по-київски», «Дзеркало тижня», «Сьогодні». Стосовно національних журналів, що видаються в Україні, то їх лишилося дуже мало, бо занадто подорожчали друкарські послуги й папір. Дозволити купити собі такий журнал можуть в основному постійні читачі, люди з високим рівнем достатку. Той факт, що часописи неспроможні оперативню задовольнити інформаційні потреби політичних лідерів і партій, що вкладають свої кошти у фінансування друкованих видань, теж є однією з об'єктивних причин, через які журналістська справа в Україні знаходиться на низькому рівні [1, с. 41].

Отже, можна зробити висновок, що інваріантність жанру в друкованих засобах масової інформації потребує сучасне інформаційне суспільство. Це питання є досить актуальним на сьогоднішній день.

### *Література:*

1. Вайшенберг З. *Новинна журналістика*. – К.: Академія української преси; Центр вільної преси, 2004. – 260 с.
2. Василенко М. К. *Развитие информационных жанров в современных СМИ // Современная журналистика: Учебник для студентов институтов и факультетов журналистики*. – К.: Центр свободной прессы, 1999. – 310 с.
3. *Информационные жанры газетной публицистики: Хрестоматия*. – М.: Изд-во Москов.ун-та, 1986. – 496 с.

## ЕСТЕТИЧНА ІНТЕНСИВНІСТЬ У МЕДІАПРАКТИКАХ СУЧАСНОСТІ

**І. В. Сіماشко**

*канд. філос. наук, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

Говорячи про медіакультуру та її вплив на повсякденність, тобто про той процес, що орієнтований, насамперед, на смисловий вектор сучасної західної цивілізації, ми помічаємо мозаїчність медіапрактик, їх складно організовану систему та тяжіння до залучення методів естетизації. Це стосується, як медіакультури, інформаційної культури (насамперед, інтернет-комунікації), так і традиційної актуальної культури, зокрема мистецтва. В першу чергу це характеризує медіареальність, що «відкриває шляхи технолюдської коеволуції», – формуються моделі «віртуального ландшафту», «літаючого простору» з трьома вимірами, який не існує на папері» [3, с. 53].

Це пов'язано із специфікою «повернення» естетичного від ціннісно-смислового конструкту в атрибутивний іманентний ряд явищ культури, а саме: розкриваються межі художнього, естетично-осмисленого й естетичною інтенсивністю «наповнюються» комунікативні принципи медіатекстів, естетичними стають символічні коди семіотичних систем медіакультури. Важливо вказати, що зазначена специфіка «повернення» естетичного у формі естетичної інтенсивності комунікативних принципів, дій та явищ культури, є смисловою трансформацією, в якій не лише руйнується межа «естетичного» як способу відношення до дійсності й «естетичного» як іманентної властивості речі, а, на нашу думку, утворюється смисловий контекст «естетичної інтенсивності» як сенсопояснення природи (причини-потреби) стимуляції захоплення, почуттів реципієнта.

Естетизація медіареальності, естетична інтенсивність аудіовізуальної комунікації, яка обумовлює актуалізацію нових сенсів життєвого простору людини, стає естетизацією «образу світу» у наступному. По-перше, з точки зору деконструкції: суб'єкт-об'єктних відносин і диспозиції естетичного смислу (теоретичного конструкту естетичного почуття, досвіду, смаку, ідеалу тощо) та практичного сенсу; по-друге, в розумінні «поверхневої» естетизації як естетичної «обробки реальності» – моделювання життєвого світу повсякденності за канонами екранного дизайну й легкості, ігрового принципу та інтенсивності аудіовізуальних ефектів співбуття – «спільності-в-образі» (О. Аронсон) реальності [1].

Таким чином естетичною інтенсивністю формується смисловий простір сучасної культури в розімкненому, амбівалентно орієнтованому конструкті естетизації «образу світу».



Мозаїчність вимірів естетизації формує контекстуальність її сенсів як комунікативних стратегій в актуалізації інформаційної сфери культури.

На нашу думку, акцентована естетична інтенсивність: ефект співбуття у поєднанні із чуттєвою незануреністю, легкістю – ненапружуючою безпідставністю, наочністю образів медіа у реаліях повсякденності ініціює формування ціннісно-сміслової значущості запропонованої експресії, видовищності емоцій та переживань.

Отже, аспекти теоретичного розуміння та практичного втілення естетичної інтенсивності сучасної медіасфери спрямовують зміни культурних смислів соціальної реальності. Виникає наступний контекст сенсів культуротворення: по-перше, процес естетизації уможливує анулювання диспозиції віртуальної та дійсної реальності; по-друге, естетична інтенсивність виражається у нарощуванні видовищності, «ігрової» та, по-третє, «людина естетична» (С. Ніконова [4]) розбудовує життєвий простір, орієнтуючись на приклади аудіовізуальної комунікації. Естетична інтенсивність втілюється у розширенні впливу віртуальної реальності на повсякденний світ людини, що дозволяє експлікувати естетичну інтенсивність як аргумент нівелювання контрасту «темного осадку реальності» (В. Вельш [2]) й блискучої форми віртуальності, що смислотрансформує її сприйняття у покращену версію дійсності.

#### **Література:**

1. Аронсон О. Телевизионный образ или Подражание Адаму / О.Аронсон // *Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / отв. ред. К.Э. Разлогов.* – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2012. – С. 264- 273.
2. Вельш В. Процессы эстетизации: явления, особенность и перспективы / В. Вельш // *Социальные и гуманитарные науки. РЖ. Философия.* – 1997. – №2 – С. 80–85.
3. Гириц К. Здоровый смысл как культурная система / Гириц К. // *Неприкосновенный запас.* – 2007. – 4(54). С. 53-61.
4. Никонова С.В. Эстетизация как парадигма современности. *Философско-эстетический анализ трансформационных процессов в современной культуре: автореф. дис. на соискание науч. степени д. филос. наук: спец. 09.00.04 «Эстетика» / С.В. Никонова.* – Санкт-Петербург, 2013. – 43 с.

## КУЛЬТУРНА ПАМ'ЯТЬ У ДОРОБКАХ Я. АССМАНА ТА А. АССМАН

**В. Д. Стороженко,**

*магістрант, Дніпропетровський державний  
університет внутрішніх справ ННІ ЗНПК*

Гейдельберзький єгиптолог Ян Ассман у 1992 р. публікує свої роздуми про зв'язок культури і спогадів – теорію культурної пам'яті, розроблену ним на матеріалі давніх культур – єгипетської, єврейської, грецької. В 1999 р. він формулює завдання, а її вивчення стає науковим напрямом, який він позначив як «історії пам'яті». Одночасно це і узагальнююча назва для всього «знання», яке керує діями, всією життєвою практикою людей в рамках спілкування і взаємодії в соціальних групах і в суспільстві в цілому, і яке підлягає повторенню з покоління в покоління. У цьому сенсі культурна пам'ять «відрізняється як від науки, так і від комунікативної пам'яті, що базується на повсякденному досвіді індивідів і груп» [1, с. 15].

Культурна пам'ять формується століттями. Її характеризує високий ступінь формалізації, і виникає вона в полі церемоніальної комунікації. «Пунктами фіксації» або формами культурної пам'яті Я. Ассман вважає тексти, зображення, монументальні споруди, наприклад, єгипетські піраміди, написи і зображення в них. До неї ж можна віднести ритуали і сакральні дії як інституалізовані форми комунікації, які, «будучи «фігурами спогаду», яки підносяться над часом» [1, с. 24].

У цьому сенсі евристично цінним може бути порівняння різних «культур спогадів» (Я. Ассман, зокрема, порівнює Стародавній Єгипет, Ізраїль і Грецію) з їх специфічними видами мнемотехнік, що фіксують властиві цим культурам традиції культурної пам'яті. Наприклад, в мистецтві надгробних монументальних пам'ятників древніх єгиптян, з написами і зображеннями в них, пам'ять (memoria) живих про мертвих, про їх діяння і славу (fama) переплітається з пам'яттю про богів, що відразу ж задає їй «космічний масштаб», і з практикою літургійного поминання в культурі. Таким чином, виникає «соціальна мережа», в якій «живі, мертві і боги пов'язані між собою, пам'ятають один про одного, діють один для одного» [1, с. 42–43].

На відміну від історії в «традиційному» сенсі, історія пам'яті займається не вивченням минулого як такого, а того минулого, яке залишилося в спогадах – традиції, спогади в літературі про минуле [1, с. 62]. Але минуле, підкреслює Я. Ассман, не просто «відновлюється» теперішнім, а «відкривається» заново, «моделюється» в залежності від обставин в майбутньому, так що набагато продуктивніше говорити про «динамічні спогади», ніж про рецепцію. Тому мету вивчення «історії пам'яті» Ассман бачить не в тому, щоб виокремити «історичну правду» з існуючою традицією, а щоб проаналізувати саму цю традицію як феномен культурної пам'яті [1, с. 69].

«Істинність» спогадів полягає не в їх «фактичності», а в їх «актуальності»: події або продовжують жити в культурній пам'яті, або забуваються. Встановити, чому та чи інша подія продовжує жити в спогадах, і є найважливішим, оскільки відображає її специфіку. Культурна пам'ять являє собою не просто сховище фактів минулого, а безперервно функціонує та реконструює уяву.

Дружина дослідника, Аляйда Ассман відома в Україні працею «Простори спогаду. Форми та трансформації культурної пам'яті» зазначає, що культурна пам'ять має два модуси: «канон» і «архів». «Канон» позначається функціональна частина культурної пам'яті, а «архівом», навпаки, накопичувальна. Так, для розрізнення цих понять А. Ассман використовує концепт художнього музею: «Музей виконує дві чітко розрізняючі

функції: по-перше, це функція цінності канону з його відбиваючою і формуючою смаки орієнтацією, а по-друге, це функція історичного архіву. Збереження, консервація речей є лише однією стороною культурної пам'яті, її інша сторона полягає в суворому відборі, активній оцінці і індивідуальному освоєнні» [2, с. 49].

Активна пам'ять канону, згідно з концепцією А. Ассман увічне те, що суспільство навмисно вибрало і підтримує як виняткове і життєво важливе. Архівна пам'ять доступна лише фахівцям. Вона готова до вилучення інформації з матеріальних джерел до її професійної інтерпретації. Але її головна якість в тому, що вона не циркулює як буденне знання. З плином часу «зміщується не тільки «канон», а й саме сприйняття культурних сенсів. Часом це виявляється наслідком зміни епох або оновлення пам'яті» [2, с. 50].

Таким чином, під культурною пам'яттю стали розуміти різновид формалізованого знання, накопичуваного у надрах колективного підсвідомого впродовж століть. У сучасній науці також йдеться і про візуалізацію цієї пам'яті, її картографування – у прямому та переносному значеннях. Час, сприйнятий людьми, набуває форм пам'яті. Тут поєднуються два протилежні процеси – забуття й ритуального пригадування, наповнення й спорожніння, а також різні форми репрезентації знань, ідей, уявлень: канон, пантеон, тезаурус. Крім того, дослідниця вказала на дві зовсім різні форми рецепції пам'яті: з одного боку, пам'яті – джерела, резервуару, імпульсу для розвитку, з іншого – пам'ятитягача, що, навпаки, гальмує суспільний розвиток тощо [2, с. 63].

Письмо в концепції А. Ассман стає одним з ключів до культурної пам'яті навіть на метафоричному рівні: вона відтворюється, зокрема через «перезапис» інформації. Водночас у цій теорії прозорість, універсальність та ефективність письма як засобу збереження колективної пам'яті не абсолютна: його конкурентами у культурі XIX–XX ст. стають образи, а також саме людське тіло. Зрештою, архів модерного часу заповнюють «не лише письмові документи, але й аудіовізуальні матеріали та цифрові носії» [2, с. 68].

Отож А. Ассман обстоює новий образ сучасної оцифрованої суспільної пам'яті: «її простір... став схожим на цілком автоматизований комп'ютерний мозок, що цілком самостійно управляє своєю інформацією й оновлює її за певними програмами...». Це, на думку вченої, означає кінець «доби книгодрукування та ери матеріального письма» [2, с. 69], бо перетворює їх на історичні артефакти, котрі в минулому забезпечували стабільність цивілізації. Натомість нинішній світ інформації став простором швидкоплинного перемикавання кодів і цифрового письма. Воно ж може стати не лише інструментом запам'ятовування, але й імпульсом до забуття і навіть руйнування суспільної пам'яті. При цьому йдеться про сліди, залишки, релікти та відкладення минулого часу, які досі лишаються доступними, але (переважно) такими, що втратили значення, стали невидимими.

Те, що належить до фізичної або духовної недоступної латентної пам'яті, може бути наново відкрите, виглумачене й уявно прожите наступною епохою. Така якість, як «глибина» просторів спогаду, забезпечується не лише завдяки перезапису, як у разі накопичувальної пам'яті, а також через перманентне зберігання того, що стало непотрібним і непомітно відкинутим, і саме ця глибина не лише уможливило ренесанси та реанімацію, а й підживлює уявлення «культурного позасвідомого». Крім того, ця багатощарова структура дозволяє проявити значущість культурного сміття та відходити для історичної науки й мистецтва [2, с. 176].

Отже, істинність спогадів зумовлена тією самою ідентичністю, яка формується культурною пам'яттю, оскільки будь-яке співтовариство являє собою те, що воно само про себе пам'ятає, і ця істинність обумовлена його історією, але не тією, яка «була», а тією, яка зберігається і розвивається в культурній пам'яті. Культурна пам'ять, таким чином, не тільки об'єкт дослідження, а й форма рефлексії про саму науку, про умови та

можливості наукового та історичного пізнання і про те, які події і процеси сучасності впливають на неї.

**Література:**

1. Ассман Я. *Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности* / Я. Ассман. – М. : Языки славянских культур, 2004. – 368 с.
2. Ассман А. *Простори спогаду: Форми та трансформації культурної пам'яті* / А. Ассман. – К.: Ніка-Центр, 2012. – 440 с.

## **АНТРОПОЛОГІЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СУЧАСНУ ГУМАНІТАРИСТИКУ**

**В. К. Мотуз**

*канд. іст. наук, ст. викл. ЧНУ ім. Б. Хмельницького*

Візуальна антропологія (або ж кіноантропологія) виникнувши в індустріальному суспільстві, внаслідок кризи дискурсу літературоцентризму, в період інформаційного етапу розвитку людства не лише не втратила свій статус складової культурної антропології, з традиційною орієнтацією на фундаментальні та прикладні досягнення, а навпаки розширила своїх технічні презентаційні можливості завдяки поповненню предметів свого дослідження мультимедійним продуктом.

Створення та збереження таких візуальних матеріалів як фото- та кінодокументи як тоді, так і сьогодні продовжує забезпечувати інформаційну підтримку аналітичної обробки накопиченої інформації. Такого соціально-антропологічного аналізу культури дотримується ряд сучасних науковців-антропологів, серед яких, приміром, є Дона Шварц, що відзначилась фото-дослідницькою діяльністю однієї північноамериканської фермерської громади. У своїй роботі вона використовувала давні знімки фізичного середовища цієї ферми та сучасні дослідницькі образи [5].

Проте, даний принцип візуальної антропології вже не є панівним. У добу цифрових технологій складно здивувати медіа-аудиторію видовищністю й екзотичністю культури, скажімо аборигенів. Тому репрезентація візуального матеріалу в сучасній гуманітаристиці не обмежується просто фотографічною фіксацією чи науково-пізнавальним кіно. Більш того, колись провідна в антропології візуальної комунікації – європоцентристська позиція (демонстрація культури невідомих до того часу спільнот, що задавала тон у сприйнятті їх як «диких» і «нецивілізованих») – нині втратила свою актуальність [1, с. 509].

У контексті вищевикладеного, потрібно наголосити, що важливим явищем у візуальній антропології залишається чинна більше століття практика ставлення до отриманих, шляхом польових досліджень, даних з безоцінювальної точки зору. Це, коли автор візуально-антропологічного матеріалу відмовляється від своєї думки та дотримується посередницької позиції в наданні інформації. Така неангажованість робить з дослідника-антрополога спостерігача, який займаючись ґрунтовним вивченням «чужої» культури застосовує класичний для антропології візуальних комунікацій принцип кіноспостереження [4, с. 7].

Що ж до споживача такого кінопродукту, то він має повну свободу руху. Завдяки візуальному образу глядач отримує можливість не лише зчитувати, але й добудувати наявну інформацію в залежності від визначеного ним контексту та конотації, тим самим стаючи активним учасником візуально-антропологічного процесу [3, с. 62].

Все це стало можливим завдяки відкритості візуальної антропології, зростанню її прикладного значення та застосування, що, у свою чергу, призвело до перетворення її на спосіб світосприйняття. Таке різноманіття смислів і значень дозволяє антропологічному знанню стати знанням для середньостатистичного глядача. До того ж, власні переживання останнього роблять відповідні знання ще глибшими та більш усвідомленими [1, с. 511].

Однак, з'ясування ролі дійових осіб, методів виявлення, збереження та поширення інформації не розкриває всю динаміку розвитку антропології візуальної комунікації на сучасному етапі. Тому необхідно приділити увагу й такій важливій складовій візуальної антропології як – основні напрямки наукових досліджень. Серед таких, провідне місце належить вивченню «малодосліджених складових культури». Зокрема, науковці-антропологи зосереджені на максимально точній, достеменній презентації повсякдення не тільки представників етнічних спільнот, але й представників творчих, професійних, маргінальних, вікових, конфесійних та інших громад [4, с. 8].

Сучасні орієнтири антропології візуальної комунікації направлені на вивчення повсякденних практик не як самостійних, а як осмислених текстів, тим самим даючи можливість різноманітним типам наративів і дискурсів, переплітаючись із соціальними відносинами та індивідуальним досвідом, набути осмисленості [2, с. 143].

Попри всі вищеперераховані ключові моменти в усвідомленні сутності антропології візуальної комунікації, на сьогодні залишається проблема її цілісного визначення в науковій спільноті. Причина криється у самому понятті «візуальна антропологія», складність полягає у неоднорідності даної наукової дисципліни, наявності еkleктичного поєднання традиційного документального кіно з різними світоглядно-ідеологічними підходами [4, с. 9].

Отже, візуальна антропологія не лише самостійна наукова дисципліна, а й особлива галузь гуманітарного пізнання. Нині до неї ставляться, як до необхідної практики, відображаючої соціокультурну картину світу, характерну для різних культурних груп, де за допомогою візуальності з'являється можливість досягнути досвід інших людей на основі залучення афективного знання.

#### *Література:*

1. Кривошея Т. (2013) Візуальна антропологія в системі культурологічного знання Гілея: науковий вісник. № 72. 508–513.
2. Мойсієнко С. (2009) Основні підходи та методи дослідження дискурсу Передовий науково-практичний досвід – 2009. Збірн. мат-в всеукраїнської науково-практичної конференції. Миколаїв: НУК, 2009. 184 с.
3. Суська О. (2013) Персоніфікація інформаційного обміну: монографія. Київ: Логос. 255 с.
4. Шевченко В. (2014) Становлення наукової думки щодо мови візуальної комунікації Вісник Книжкової палати. № 9. 6–9.
5. Waucoma, Айова – Waucoma, Iowa – Режим доступу: [https://ua.qwertyu.wiki/wiki/Waucoma,\\_Iowa](https://ua.qwertyu.wiki/wiki/Waucoma,_Iowa)

## ХУДОЖНЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЯ МІФОЛОГІЧНОГО НАРАТИВУ У ДОБУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

С. Д. Бондаренко

*канд. мист-ва, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

Основним принципом побудови картини світу в мистецтві ХХІ ст. стає з'єднання в різних пропорціях всього попереднього культурно-історичного досвіду, міфів, сталих художніх традицій та альтернативних творчих пошуків. Мистецтво сьогодення усвідомлює як проблематику не окремо взяті сюжет, техніку чи стиль, а саме явище репрезентації, сам спосіб існування образу в його представленні.

Отже, сучасне мистецтво – це множина способів різного бачення «людиносвіту», репрезентоване через художній твір. Таке мистецтво поліфункціональне, з великим відсотком вільної самореалізації творчої особистості.

Ще одна з найважливіших рис сучасного образотворення – звернення до міфу з його смисловою універсальністю. Відмітимо, що міф та мистецтво однаково ґрунтуються на емоційно забарвлених, чуттєвих образах. Подібний образ становить «серцевину» міфологічного тексту так само як і художнього твору. Мистецтво не тільки допомагає народженню міфів, але й збагачується величезним запасом образів.

Слово міф походить від грецького «mythos», що означає перекази, сказання. У давні часи це був спосіб зрозуміти світ, спроба пояснити його, дати відповідь чому в ньому діють ті чи інші сили. Міф в архаїчному сенсі – це текст, що описує універсальну побудову всесвіту.

На нашу думку, архаїчні міфи могли виникати стихійно, чого не можна сказати про міфи новітні. Отже, з одного боку, міф трактується як атрибут архаїки, а з іншого боку сучасний міф – це запрограмований ефект, прогнозований результат, певний конструкт і т. ін.

Відродження загальнокультурного інтересу до міфу припадає на кінець ХІХ – поч. ХХ століття. Але можна впевнено говорити про те, що ХХІ століття стало століттям тотальної міфологізації. Через цифрові технології сукупності міфів міцно входять у світогляд сучасної людини, багато в чому змінюючи її об'єктивну картину світу. Це відбувається завдяки розвитку засобів масової інформації.

В історичному минулому для поширення міфу зазвичай було потрібно життя цілого покоління. За допомогою ж ЗМІ сучасні міфологічні наративи поширюються зі швидкістю епідемії та охоплюють найрізноманітніші групи населення.

Сучасні практики «міфопородження» стають осередками створення стереотипів, ритуалів, культів, ідеологій та технологій маніпуляції масовою свідомістю. У зв'язку з цим, ЗМІ, соціальні мережі часто називають «фабриками по виробництву міфів», «машинами по міфологізації масової свідомості». Цифрові технології відкривають для людини нову можливість задовольнити споконвічну потребу її духу – виходу за межі реального світу в інший, багатовимірний світ неосязних віртуальних вимірів: телепростору, аудіокниг, мобільних телефонів, Інтернету та ін.

Двадцять перше століття породило технологію міфологічного впливу, що не мала аналогів в історії. Міфи почали використовувати з тією ж метою, що і бойову техніку – для ведення внутрішньої чи зовнішньої війни.

З цього приводу у своїй статті «Сучасна міфологія: хто і як її використовує» Г. Г. Почепцов зазначає: «Сьогодні американські військові перейшли до варіанту тривалої війни, що

викликало цілу низку досліджень, адже у тривалій війні перемагають лише тоді, коли вона вважається справедливою. Тобто вже навіть цей концепт справедливості – саме з базових цінностей міфологічного порядку.

У справедливій війні перемагають, у несправедливій програють. А яка війна справедлива, доводиться не на полі бою, а за допомогою нарративів. Ще більше: саме нарративами військові намагаються руйнувати чужу модель світу і вводити свою» [1].

Отже, цифрова доба нашого часу характеризується внутрішніми суперечностями, де у смисловому плані спостерігається втрата стійких орієнтирів, що ставить під сумнів саме існування сенсу. Люди реагують не стільки на об'єктивну реальність, скільки на міфологізовану модель світу, яку самі утворюють та активно використовують у різних соціальних процесах.

Виходячи з попередньо сказанного, вбачається закономірним те, що багатовимірність сучасної картини світу візуалізується у художніх практиках як персоналізований строкатий колаж. За таких обставин, переваги «цифри» в тому, що можна вибрати з широкого інструментарію технічних та технологічних засобів ті, що зручні для самовираження творців нарративу.

Таким чином, цифрова візуалізація міфологічного нарративу може виступати в якості найбільш гнучкої та ефективної моделі, здатної цілісно описувати досить складні ситуації та структури сьогодення.

#### **Література:**

1. Почепцов Г.Г. Сучасна міфологія: хто і як її використовує. URL : [http://www.ji-magazine.lviv.ua/dyskusija/2012/Pochepcov\\_Suchasna\\_mifologija.htm](http://www.ji-magazine.lviv.ua/dyskusija/2012/Pochepcov_Suchasna_mifologija.htm) (дата звернення: 10.10.2019)

## **МЕДІАКУЛЬТУРА ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ФЕНОМЕН**

**Е. Т. Мрктчан**

*магістрант ЧНУ ім.Б.Хмельницького*

В результаті стрімкого розвитку засобів масової комунікації ХХ і початку ХХІ століть кардинально змінилося світосприйняття в цілому, а також сформувався новий неілюзорний світ спілкування, що призвело до появи двох основних напрямків в процесі вивчення теорії масової комунікації: медіа-орієнтований і людино-орієнтований підходи.

Суть медіа-орієнтованого підходу, на думку Г. Маклюєна, полягає в сліпому підпорядкуванні і залежності індивіда від «вказівок» засобів масової комунікації [3]. Людино-орієнтований підхід дотримується моделі мінімального ефекту. Так, Е. Ноель-Нойман відзначав, що люди, що знаходяться під впливом засобів масової комунікації, здатні фільтрувати і виділяти інформацію, яка збігається з їх точкою зору з того чи іншого питання і світоглядом в цілому [3].

Розглядаючи подібні підходи і дослідження, ми помітимо, що певним концептуальним ядром тут є деякий спільний простір, що об'єднує і медіа, і комунікантів. При цьому медіа не тільки активно формують соціальний простір в сучасному світі, служать засобом передачі інформації, але і є механізмом створення особливої реальності, яка формує картину світу за межами чуттєвого досвіду індивіда. Цей феномен, який виникає в результаті взаємодії медіа і аудиторії, прийнято визначати як «медіапростір». Крім

того, ускладнюються і об'єкти комунікацій: «об'єкти стають все складніше і більш технологічними, отже, ускладнюються і завдання, що стоять перед ними. У зв'язку з цим необхідно переходити до комунікацій в сфері інновацій – через комунікаційну діяльність, що реалізується з метою об'єднання учасників інноваційної діяльності та їх співпраці для спільного виробництва інновацій. Це означає, що пріоритетним стає вибудовування відносин між наукою, бізнесом, освітою (утворюють триєдину систему), державою і суспільством» [2].

Медіапростір – це електронне оточення, в якому окремі люди або їх групи і інші спільноти можуть діяти разом в один і той же час. У цьому просторі вони можуть створювати візуальну і звукову середу, що впливає на реальний простір. Простір медіа – це, перш за все, матеріальний простір мас-медійних мереж і потоків. Медійному простору відповідають канали виробництва і передачі інформації, тобто самі медіа та система їх взаємозв'язків.

Медіа – це не тільки система поширених комунікацій, а й особлива реальність, в якій існує соціум. Тому медіапростір може позиціонуватися як особлива реальність, яка є частиною соціального простору і організуюча соціальні практики і уявлення агентів, включених в систему виробництва і споживання масової інформації. Оскільки медіа все більше насичують повсякденне життя образами інших місць і просторових порядків (уявних чи реальних), стає важко говорити про простір, не кажучи при цьому про медіа і навпаки [1].

Комунікація у вигляді «нових» мас-медіа заснована на космічному радіозв'язку, мікроелектронній і комп'ютерній техніці, оптичних пристроях запису. У XXI столітті мас-медіа входять в універсальну систему, що включає телебачення, супутникове мовлення, Інтернет. Інтернет як глобальна інформаційна мережа перетворилася сьогодні в особливий віртуальний простір, територію, яка не має геополітичних, соціокультурних, географічних особливостей і меж, позначених власним «населенням» і «кіберкультурою».

Говорячи про завдання (як і про можливості) Інтернету, відзначимо: передачу мультимедійних повідомлень, зберігання загальнодоступної інформації, особистісну (групову) соціалізацію та самореалізацію. Інтернет, таким чином, задовольняє різноманітні комунікаційні потреби людей.

Серед елементів Інтернет-комунікації виділимо: інформаційні ресурси (web-сторінки, сайти, каталоги і файли); інформаційно-пошукові мови; логічні операції; технічні засоби (сервери, засоби проводового і радіозв'язку); програмне забезпечення (протоколи, система адрес комп'ютерів, сайтів, документів, сторінок, гіпертекстові мови, спеціальні програми).

Важливою характерною особливістю Інтернету як електронної комунікації є інтегративна дискурсивність його природи – від побутової до рекламної. І ця обставина визначає багатофункціональність і саму комунікативність Інтернет-середовища. Адже за допомогою використання електронної пошти, інтерактивного ділового / наукового спілкування або рекламних повідомлень споживачі Інтернету стають активними учасниками всього комунікативного процесу.

Але незважаючи на очевидні переваги медіафеномена, існують і в певній мірі суперечливі аспекти його впливу на особистість. З одного боку, комунікативна активність стає свого роду інструментом формування особистісної ідентифікації, розсуваючи межі власного «я», а з іншого – «колективний» розум і формування «ефекту натовпу» не сприяють індивідуалізації свідомості і в цілому самоідентичності людини. Технічний прогрес дозволяє з легкістю візуалізувати коди, спрямовані на навмисну експлуатацію несвідомого, зумовлюючи особливості оповіді. Інформація, вироблена засобами масової інформації, відкладається в пам'яті людини у вигляді штучних спогадів. За допомогою



масовості відтворюваних медіа даних відбувається поява так званої «колективної пам'яті», яка формує загальну точку зору у групах індивідів, які потрапили під інформаційний вплив. У будь-якому випадку, крім невичерпного джерела інформаційних відомостей про реальність, медіа виконує культурно-моделюючу функцію, формує соціальний вектор ціннісних орієнтацій і переваг.

#### **Література:**

1. Кирилова Н.Б. *Медіакультури. Від модерну до постмодерну*. М.: Академічний проект, 2006. 453 с.
2. Хамаганова К.В. *Комунікації в області інновацій: філософські аспекти сучасного PR // Соціально-культурна діяльність в умовах модернізації Росії: зб. ст. за матеріалами Всерос. наук.-практ. конф., 24-25 січня 2013 СПб, 2013. С. 97-101.*
3. Шарков Ф.І. *Коммуникология. Социология массовой коммуникации*. М.: Дашков і К, 2013. 319 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ МІГРАЦІЇ ОБРАЗОТВОРЧИХ МОТИВІВ В АТЛАСІ «МНЕМОЗИНА» АБІ ВАРБУРГА**

**А. М. Країло**

*магістрантка ЧНУ ім. Б. Хмельницького*

Формування культурної ідентичності завжди супроводжується зверненням до образів минулого та процесів образотворення. Мистецтвознавець першої третини ХХ ст. А. Варбург був переконаний у необхідності вивчення «загальної антропології» через її «образотворчі символи», і це переконання було втілене в його останньому дослідницькому проекті «Mnemosyne», де в цілому йшлося про теорію «культурної пам'яті» і про те, як вона маніфестується в зображеннях, в європейському мистецтві. Весь фонд зображень і жестів, який мають і Захід, і Схід, а також те, як вони з цією культурною спадщиною управляються, і є, по А. Варбургу, культурною пам'яттю, а сам культурний ареал поширення цих зображень він розумів як «співтовариство, що згадує».

Незакінчений Атлас «Мнемозіна» складається з десятків дерев'яних панелей, затягнутих чорною тканиною. На них кріпляться близько тисячі репродукцій, де класичні сюжети світового мистецтва скомпоновано за типами: сходження до сонця, німфа як ангел-хранитель, викрадення жінок і так далі. У такий спосіб Варбург спробував зрозуміти мистецтво – очима, вийшовши за межі тексту. Таблиці планувалося сфотографувати і видати у формі атласу, забезпечивши коментарем в окремому томі. Вибір ілюстрацій у нього не обов'язково обмежується рамками певної епохи і регіону: на одному полі (аркуші, таблиці) можуть опинитися поряд античний пам'ятник і газетна фотографія початку ХХ ст. Це був значний крок «в подоланні історизму та географічного підходу у вивченні творів мистецтва і візуального в цілому» [3, с. 316].

Вдосконалення «розумного розуміння» дає можливість зробити більш ясним естетичне сприйняття. Тобто в тому числі відповіді на питання, чому фотограф, роблячи знімок чемпіонки з гольфу, вибирає саме цю позу, цей жест з замахом ключки – тому що він несвідомо відтворює знову ту ж античну менаду, німфу.

Яким чином відбувається міграція образотворчих мотивів? Звернемося, наприклад, до таблиці 55 з підзаголовком: «Сніданок на траві Мане – язичницькі природні божества як визначальні зразки для формування сучасного ставлення до природи». Варбург включає в зіставлення широке коло сюжетів, демонструючи не тільки момент композиційного запозичення, але і взаємозв'язок тематики: від оboжнювання сил природи в античних антропоморфних образах – до дотепного парафраза композиції, де самовпевнені панове відпочивають вже не стільки на лоні, скільки на тлі природи (один з підзаголовків таблиці: «Пленер замість Олімпу»), і тільки підкреслена оголеність їх супутниці нагадує про те, що кризь іронію автора і прагматизм ХІХ ст. просвічує все ще жива античність. В якості перехідного варіанту в таблиці представлена репродукція картини Рубенса, що зображає художника з дружиною Оленою Фоурмент і дітьми в парку власного будинку.

У 1929 році А. Варбург використав стосовно Атласу Mnemosyne поняття «іконологія інтервалів» (eine Ikonologie des Zwischenraumes). Іконологія А. Варбурга ґрунтується не на значенні фігур, а на відношеннях між фігурами. Тут акцент ставиться на тому, що з'єднує чи, навпаки, роз'єднує мотиви на незвичних чорних площинах. У Mnemosyne предметний зміст зміщений серед образів. Їхній зміст «є фотографічним чи документарним, і тільки включення у послідовність образів трансформує їх у цілісність експресії» [2, с. 64].

«Мнемозіна» є вище прикордонне в історії мистецтва. Варбург виходить за звичні рамки відносин тексту й ілюстрації в науковій роботі. Зібрані в таблиці образи грають роль не тільки ілюстративну; саме їх поєднання в обмеженому просторі таблиці не вербальним, але наочним чином відкриває глядачеві нові смисли. Думка виникає в просторі між образами, яке Варбург називає «проміжним простором» (Zwischenreich) [1, с. 134].

Подібний прийом зіткнення зображень характерний як для техніки колажу, так і для кіномонтажу: в з'єднанні зображень з'являється новий сенс, що перевищує суму вихідних.

Атлас можна розглядати одночасно як художню (в сенсі мистецтва як уяви) і наукову акцію. Варбург тут досягає меж наукового дискурсу, де все ж домінує слово. Але оскільки образ завжди більше, ніж його опис, то єдиною можливістю «приборкати» його по-справжньому є той спосіб, яким користується художня практика, тобто візуальне, а не вербальне приборкання.

Завдання атласу, як воно звучить в формулюваннях підзаголовка – орієнтація, створення уявного порядку в навколишньому хаосі зовнішнього світу. Як вважає Варбург-просвітитель, людство зможе подолати свої вічні страхи, якщо свідомим поглядом побачить процес їх перетворення в знайомі йому образи. Згодом, в середині минулого століття виникає ідея Уявного музею А. Мальро, яка є своєрідною реакцією на модернізацію життя та ускладнення моделі пам'яті, що пророко вже було відлено в атласі «Мнемозіна» А. Варбурга.

### **Література:**

1. Варбург А. *Великое переселение образов. Исследование по истории и психологии возрождения античности* /пер. с нем. Е. Козиной. СПб.: Азбука-Классика, 2008. – 384 с.
2. Кива Н. І. *Атлас образів Mnemosyne Абі Варбурга: в напрямі візуальної історії мистецтва.* – *Наукові записки. Теорія та історія культури.* – Том 75. – К.: *Культура України.* – 2010. – С. 62-70.
3. *Торопыгина М.Ю. Атлас «Мнемозина». Non finito в истории искусства // Актуальные проблемы теории и истории искусства. Материалы международной конференции молодых специалистов на историческом факультете МГУ. – СПб., 2012. – С. 314-320.*

## ОСОБЛИВОСТІ СИМБІОЗУ ПОСТСУЧАСНОГО АКТУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА З МАС-МЕДІА

**С. В. Савісько**

*заступник директора ЧОХМ*

Сьогодні музеї конкурують з різними розважальними інституціями і власне тому функції збирання фондів, збереження та експонування колекцій знаходяться на одній площині з освітніми, виховними та розважальними діями у музейному просторі. І як наслідок, глядач, який опиняється на виставках або перформансах, що відрізняються від традиційних форм мистецтва, набуває різноспрямованого досвіду, переживань, а буває й обурення стосовно об'єктів, їх авторів, авторитетності музею та мистецтва в цілому.

Проте у всі часи люди мистецтва не боялися бути незрозумілими та невизнаними, вони творили, боролися і відстоювали своє бачення краси та гармонії.

Мистецтво ХХ ст. стає діалогічним і комунікативним у буквальному сенсі цього слова. Андеграунд 80-90-х вже демонструє саме як виникає діалог між актуальним мистецтвом з одного боку, телебаченням і пресою з іншого, та можновладцями – з третього. Найчастіше, мляві спроби репресій лише додають слави художнім висловлюванням і нерідко таким, що їм не заслуговують. Єдиний варіант, у якому цензура, схоже, перемагає – це випадки, коли художник зачіпає нечисленні теми, які суспільство сьогодні сприймає особливо актуальними. Такі речі викликають великий резонанс і широко дискусію у сферах політичної, соціальної, загальнокультурної проблематики. Одночасно вони відносяться до знакових художніх подій, де ставляться важливі питання про роль мистецтва, його кордони, значення та вплив. Та головне, всім цим не можна нехтувати, брехати, забороняти.

Скандальні фотографії Андреса Серрано та Роберта Мепплторпа у 80-х роках ХХ ст. у провокаційних перифразах канонічних образів використовували ефект майже фізіологічного впливу на глядача, що є характерним для класики. Андреас Серрано, створюючи художні маніпуляції з розп'яттям, сам виховувався у рамках суворої католицької доктрини та, за його словами, намагався своєю творчістю донести думку про комерціалізацію святих. Р. Мепплторп, автор робіт у техніці «ковзаючого світла» звертається до античної тілесності, проте демонструє садомазохізм, гомосексуалізм, расизм. Ці знімки обурювали не лише віруючих, викликали численні протести. У 1987 році Р. Мепплторп заснував фонд, що фінансував медичні дослідження і проекти з боротьби зі СНІДом та інфекціями, пов'язаними з ВІЛ. Отже ці фотохудожники були соціально активними, гуманістами свого часу та намагались вирішувати злободенні соціальні проблеми.

Маркус Харві британський художник 90-х років минулого століття шокував глядачів великим портретом Майри Хиндли – злочинниці, яку було засуджено до довічного ув'язнення за співучасть у так званій справі «про вбивства на болотах». Пізніше, вже на виставці, картина була зіпсована вандалами, і їй довелося тимчасово зняти з експозиції. Але чи не була актом вандалізму проти мистецтва сама картина? Галас протесту проти картини Харві зіграв важливу роль в сублимації інтересу до виставки.

Згадаймо також твори Річарда Серра, американського скульптора, абстракціоніста і мінімаліста. Його скульптура «Стіна» 1981 року вже виступала неоднозначним арт-об'єктом, присутність якого напроти будівлі уряду в Берліні мала суспільний резонанс, в тому числі й політичний підтекст, та викликала суперечливе ставлення. Що саме тут

було вандалізмом – розташування арт-об'єкту у публічному місті – чи подальше його знищення за рішенням спеціальної комісії, адже це вже вандалізм по відношенню до мистецтва?

Отже, у мистецтві загострюється конфлікт між твором і самим середовищем, що пізніше стане основою творчої майстерні Бенксі. Кріс Офілі сучасний британський художник нігерійського походження став відомий з 1990-х років завдяки колажам з використанням блискіток, вирізаних зображень та слонячого гною. Проте сьогодні подібна техніка навряд чи викликає обурення. У ХХІ ст. експерименти з різними матеріалами стають не стільки засобом епатування публіки, а є скоріш засобом для осмислення того, що матеріал є частиною певного задуму. Як, наприклад, у композиціях Д. Херста, створених з мертвих акул, метеликів, мух, як протиставлення живого і мертвого, прекрасного і мертвого.

Отже епатажність та провокативність залишаються основою нових образів мистецтва ХХІ ст. Проте мистецтво соціального протесту було зароджене ще в ХХ ст. і сприймалося більш негативно радикальним, порівняно з сучасними деміургами медіа.

Моральні провокації існували у мистецтві завжди. У ХХІ ст. вони набувають іншого змісту. Це вже не виклик суспільній моралі, а життя у Задзеркаллі, де твориться нова мораль. Сучасні технічні засоби максимально скорочують естетичну дистанцію, тіло втрачає божественну природу, стає об'єктом спостереження на усіх рівнях. Але те, що дійсно радикально змінюється – світогляд, адже твір є життєвою моделлю для глядача, мистецтво продовжує «розбурхувати» соціум, адже всезагальною стає емоційна байдужість та невизначеність моральних стандартів. У цьому відношенні мистецтво завжди виконує свою функцію.

## **ТЕНДЕНЦІ СУЧАСНИХ ВІЗУАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У КОНТЕКСТІ ЕСТЕТИЧНИХ ПРАКТИК**

**О. А. Пушонкова**

*канд. філ. наук, доцент ЧНУ ім.Б.Хмельницького,  
вчений секретар ЧОХМ*

Візуалізація стає важливою характеристикою сучасної культури, фактором утворення соціокультурних практик, світу повсякденності та ідентичності. Розширення сфери візуальних досліджень пов'язано з вивченням не лише мистецтва, а й повсякденного досвіду, а також медійних образів. Сучасна ситуація у візуальних дослідженнях: це пошук нових методів, які має бути включено у широкий контекст міждисциплінарних досліджень.

Цифрова культура створила нове поле візуальності, нові форми комунікації. Традиційні об'єкти залишаються: картини, фотографії, фільми, відео і телесюжети, проте більш тотального впливу набувають реклама, мода, дизайн. Реальність, що репрезентовано медіа, ми вже сприймаємо як повсякденну, а не дещо чужорідне та штучне. З'являється безліч візуальних мов та межових феноменів: медійний простір заповнили креолізовані тексти.

Формується новий досвід тілесності, виникають нові ідентичності, наприклад, в кібер- та селфі-культурі. Увагу акцентовано на партиципації (культурі участі та співучасті – Г. Дженкінс), адже розвиваються та поширюються усі види комунікативних практик. Процесуальність,

латентно присутня в культурній формі, виходить назовні, потребує «розгортання» та унаочнення. Розуміння образу як відображення (реального або вигаданого) заміщає образ як подія, що переживається разом з іншими видами досвіду.

Образи стають більш складними, гібридними, поєднують вербальне і візуальне. Тепер важливістю набуває сам акт розглядання (Т. Мітчелл, Н. Брайсон) та переглядання, у супереч «кліповій» культурі та «блоковому», «короткозорому» сприйняттю світу.

Візуальність розуміється не як статично дане, а як сконструйоване культурне ціле. У дискурс обговорення все частіше потрапляє проблема невидимого (Ж.-Л. Маріон, М. Мерло-Понті, М.-Ж.Мондзен), та проблема присутності (С. Холл, Г.-У. Гумбрехт). Кожна культура створює свій власний світ сприйняття (Дж. Александер, Е. Холл, П. Штомпка). Відповідно, сучасні образи, що сконструйовано в медіа, формують соціальну яву користувачів, – особливий вид соціальної реальності. Соціальна медіа-візуальність (термін К. Батаєвої) «конструює «певні соціальні практики (вона має конструктивно-свідомий «параметр» масового впливу» [1, с. 204].

Вона стає все більш ущільненою, й відповідно – непрозорою, унаслідок візуального перенасичення медіа-сфери. Як зауважує П. Штомпка, «різні контексти суспільного життя становлять різну ступінь насичення візуальністю» [2, с. 14], але у візуальному універсумі сучасного світу «містяться не тільки готові, спеціально створені образи, а й все те, що може піддаватися зоровому сприйняттю, що тільки ще може бути сформованим, схопленим в миттєвому зоровому образі...» [2, с. 12]. На нашу думку, це говорить про посилення уваги не до виготовленого, а до самого початку процесу творення. Дійсно, образ набуває активності, яку можна порівняти хиба що з первісною активацією простору.

Необхідність дослідження цієї специфічної активності призводить до поєднання феноменологічних та соціо-комунікаційних теорій у сучасному візуальному дискурсі. Важливістю набуває вивчення способів буття візуального в конкретному типі культури.

К. Батаєва наголошує на принциповій міждисциплінарності соціокультурної візуальності та наголошує, що «візуальні дослідження цікавляться саме практиками, – візуальними практиками, – які реалізуються в сфері повсякденності і часовості, мають параметри відтворюваності, повторюваності, плинності і нестабільності, що стають ефектом режимів бачення, закріплених в конкретно-культурній ситуації і в той же самий час сприяють збереженню діючих кодів візуальності» [3, с.21].

Сучасною тенденцією культуротворчості є актуалізація естетичних практик, внаслідок виникнення межових феноменів між різними форматами реальності та змінами у функціях сучасних медіа. Це актуалізує звернення до усього діапазону чуттєвості, адже естетика за своєю природою належить до відкритих систем.

Естетичне стає зоною експерименту (В. Панченко, О. Павлова), що втілено в сучасному мистецтві та різноманітних арт-практиках. Увага до перцептивних властивостей світу з одного боку, з іншого – віртуалізація, у поєднанні формують нову модель культурної чуттєвості, образність креолізованих текстів, що утворюють межові феномени медійної соціальності.

Тотальна естетизація формує нові дослідницькі програми і концепти («естетична ситуація» (Р. Ингарден, М. Голашевська), «естетичне поле» (А. Берлеант), «почуттєві практики» (Л. Стеценко) тощо) та спрямовує увагу до «прото-естетичних практик архаїчної людини» (В. Бичков). Ідея архаїзації сучасних форм візуальності все частіше розглядається у контекстах естетики.

Так, на думку української дослідниці З. Алфьорової, сучасна модель візуального, будується на естетиці енвайроменту, що певною мірою відтворює первісне «діарамне середовище бачення», коли «саме середовище стало учасником дії й одночасно виступало об'єктом споглядання, тобто тим, що нині вважається «енвайроментом» [4,

с. 32], а зображення було включене у динамічні ситуації, в яких глядач був водночас учасником. З. Алфорова розглядає візуальні практики від афективної первісності до практик рефлексивного зору ХХ ст., й визначає «візуальне пост-мистецтво як сукупність індивідуальних візуальних арт-практик гібридного типу» [4, с. 162]. Помічене дослідниками як тенденція, поєднання «двох або кількох паттернів бачення», «багатофокусне бачення» призводить до одночасного сприймання різноструктурності та до специфічного режиму одночасного бачення, по суті неможливого з точки зору теорії зорового сприйняття подвійних зображень в класичній гештальт-психології.

Розвиток складних відносин візуального і медійного, поява межового простору та межових феноменів, практики доповненої реальності, структурування образу в процесі руху призводить до «оживлення» симуляційних образів, що також нагадує ефекти «первісної анімації».

Українська дослідниця Т. Орлова ознакою сучасного світосприйняття визначає «різоморфне мислення» [5, с. 14] (як неможливість повністю освоїти матеріал, організувати у структурну цілісність) та «тотемну свідомість». Тут простір виступає активним середовищем, що перетворює людську сутність. Дослідниця також встановлює зв'язок естетики енвайронменту та змінами у перцепції сучасної людини. Активний простір виконує роль медіа: відбувається «розчинення» людини в реальності, отілеснення світосприйняття, соматизація свідомості.

В цілому, вивчення естетичних практик дає можливість включення у діапазон розгляду більш ширшого кола візуальних феноменів, актуалізує вивчення культуротворчої ролі інших чуттєвих модальностей. Особливо в тих візуальних практиках, які є межовими, експериментальними, ще не визначеними.

#### **Література:**

1. Батаєва К. Социальная визуалистика и медиавизуальность // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsialnaya-vizualistika-i-media-vizualnost>
2. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования / пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. — М.: Логос, 2007.
3. Батаєва К. В. Феномен медіа-візуальності: досвід соціокультурного аналізу: автореф. дис. ... д-ра філос.наук : 09.00.04 / К. В. Батаєва; Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. - Харків, 2014. - 32 с. - укр.
4. Алфорова З. І. Межі видимого. Становлення візуального мистецтва [Текст]: монографія/ З. І. Алфорова; Харківська держ. академія культури. – Х. : [б.в.], 2008. – 268 с.
5. Орлова Т. І. Естетика синтезу: категорії, універсалії, парадигми [Текст]: (В контексті художньої творчості) / Т. І. Орлова ; Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури. – К.: Абрис, 2002. – 159 с. – Бібліогр.: с. 144-156.

## РОЗДІЛ 2. ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ІННОВАЦІЙНІ МУЗЕЙНІ ПРАКТИКИ

---

### ЗНАКОВА СИСТЕМА ЦИКЛУ ТВОРІВ ІВАНА БОНДАРЯ «УКРАЇНА – ШЕВЧЕНКІВ КРАЙ»

**О. Д. Гладун**

*директор Черкаського обласного художнього музею,  
кандидат мистецтвознавства, доцент*

Інформаційна щільність у сучасному візуальному мистецтві спричинила формування безлічі знакових систем як візуальних концептів, утворених концентрованими символами та емоційними образами.

Кожен визначний художник володіє власним арсеналом образів/символів/знаків як певних конструктивів, які багато в чому визначають цінність творчості митця та вирізняють його поміж інших. Таку авторську неповторність ще називають власним стилем, творчою манерою тощо. Прикладом цілісної знакової системи, напрацьованої протягом творчого життя, може бути творчість Сальвадора Далі, Василя Кандинського, Казимира Мелевича, Георгія Нарбута, Івана Марчука та ін.

За останні п'ять років народним художником України Іваном Бондарем створено понад 50 живописних творів, поєднаних у цикл «Україна – Шевченків край». Актуальність цієї тематики полягає в тому, що Шевченків край у нашого народу асоціюється з поняттям великої Батьківщини, з часом і простором єдиної України. Для культури України Шевченків край є духовним ареалом, без якого жити і творити історію наших днів неможливо.

Крім того, сучасні тенденції візуального мистецтва визначено через посилений інтерес до регіональних культур, самобутніх локальних світів зі своїми унікально-неповторними образами, що живляться з архетипних джерел.

Якраз у циклі творів Івана Бондаря «Україна – Шевченків край» ми бачимо таку палітру образів – генетичних кодів української нації. Створені художником образи старої хати, калини, стежки, криниці, млину виражають не статичні ідеалізовані, а живі й динамічні стани природи й повсякдення українців. Це є свідченням укоріненості автора в українських народних практиках, його бачення із середини. У циклі І. Бондаря «Україна – Шевченків край» ми зіштовхуємося із сакралізованою повсякденністю, де поєднанням повсякдення з сакральними символами відбувається за рахунок стійких візуальних конструкцій, усталених формообразів: червона калина, стара криниця, батьківська біла хата тощо.

Даний цикл є результатом багаторічної праці митця. Візуальні засоби направлено на представлення сучасної України, яка нерозривно пов'язана з традицією, пісню, звичаями, з естетичним замилуванням світу, що втілюється у творчий результат. Провідною ідеєю циклу вважається формування цілісної знакової системи, цікавої та актуальної не лише для українців, а й для інших народів. Візуальна мова робіт Івана Бондаря емоційно близька етнічним українцям далекого зарубіжжя.

Козацька Доба, осередям якої подала Черкащина, також знайшла своє відображення, ставши своєрідною світоглядною настановою для сучасників, надбанням духовним і культурним. Так, автор виражає стан «мир» (Україна-ненька як природа) та стан

«війна» (Богдан Хмельницький як борець за державність), де Шевченків край постає живим цілісним утворенням.

У цьому циклі, власне, як і в інших творах художника, Іван Бондар розкривається як майстер композиції. З невимушеною легкістю йому вдаються як крупні плани, так і знакові акценти: мальви, квітуча яблуня, став, бузок тощо. Тут яблуня – на багато більше ніж яблуня, а мальви – не просто квіти... Кожен образ має власну зображальну конкретику і водночас набуває магнетизму концентрованого знака.

У творчості Івана Бондаря опоетизований, одухотворений український світ представлений зі щирим вболіванням за нього, хоча в цілому роботи відзначаються піднесеним мажорним звучанням. Яскраві насичені кольори відтворюють багату та щедрю Україну, викликаючи світ асоціацій з дитинством. Його основу складають метафоричні композиції, де поетизовані пейзажі представляють зображальну канву Шевченкового краю. Позбавлений пафосу патріотизм автора полягає у знаково-емоційній сутності його творів – трансляції відчуття захопленості красою рідної землі, гордістю за те, що ти живеш і твориш тут.

Серія творів «Україна – Шевченків край» Івана Бондаря є сплавом одеської та київської живописної школи в поєднанні з власним мистецьким досвідом. Легкість трактування, живописна етюдність пластичної мови, яскрава барвиста палітра, просякнута мудрістю філософа та сакралізація повсякденності, виконані за словом Тараса Шевченка «...на славу імені України...».

Таким чином, вважаємо, що у творчості народного художника України Івана Бондаря напрацьовано систему національних візуальних архетипів: стежка, перелаз, біла хата, криниця, мальви, млин, церква, яблуня, житне поле тощо, кожен з яких у поєднанні з іншими виступає емоційно-інформаційним конструктором і цілісним концентрованим візуальним текстом водночас. Загалом цикл творів «Україна – Шевченків край» є авторською знаковою системою – сакралізацією повсякденності.

## **ВІЗУАЛЬНА ОБ'ЄКТИВАЦІЯ КОНЦЕПТУ МІСТА У ТВОРЧОСТІ ЧЕРКАСЬКИХ ХУДОЖНИКІВ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ**

**М. О. Бугеря,**  
*провідна наукова співробітниця ЧОХМ,  
аспірантка ЧДТУ*

Місто як ареал проживання людей здавна було символом захищеності та порядку. Те, що людину оточує, те її і формує як особистість, і навпаки. Цей двобічний зв'язок особливо чітко простежується людьми творчих професій. Місто як символ місцеперебування, знакового простору і соціальних контактів набуває особливої концептуалізації. Місце проживання та спільна історія багатьох індивідів перетворюється на архетип, набуваючи рис колективної пам'яті, образу «ми».

У сучасних умовах урбанізації та глобалізації особливе значення має збереження історико-культурної спадщини невеликих міст. Облаштування із зміною призначення громадських місць та місць проживання людей нерідко призводить до втрат архі-



тектурних та паркових ансамблів, художньо-монументальних об'єктів. В умовах змін та метаморфоз міські локації набувають нових рис, осучаснюючись та змінюючи простір міста загалом. Художнє бачення митців вихоплює та зберігає моменти швидких трансформацій, актуалізує питання збереження та особливого статусу історичних пам'яток.

Концепт міста, що розкривається у жанрах історичного міського пейзажу, site-specific art, можна розглядати як джерело локальної історії з специфікою особливого естетично-візуального та творчо-концептуального бачення. Час «завмирає» на полотні художника, відображуючи хронотоп міста, публічної локації чи архітектурної пам'ятки.

Творчий доробок художників, які проживали і працювали у Черкасах в другій половині ХХ століття, дає багатий пласт мистецьких ретроспектив міста. Краєвиди рідного міста представлені у творчості відомих черкаських митців І. О. Кулика, А. С. Недосеко, О. В. Баумейстера, І. І. Бондаря.

Художній спадок Євгена Миколайовича Ткаченка (1923-2002) демонструє атмосферу Черкас, епоху «відлиги», відображає відчуття моменту як найбільшої загальнонародської цінності. Твори талановитого і самобутнього митця вирізняються імпресіоністичним колоритом і правдивим відтворенням епохи 1950-1960 рр. Легка етюдна манера творів у повній мірі передає ритм життя міста і його людей, які прямують у справах вулицями й бульварами, чи відпочивають побіля Дніпра.

Зростання обласного центру, поява новобудов і цементно-залізних «гігантів», культурно-історичні пам'ятки – усе ставало об'єктом улюблених митцем пленерів. Паркові зони, адміністративні будинки, узбережжя, центральні алеї міста в однаковій мірі набувають на полотнах художника яскравості та просторової ритмічності. У його роботах немає помпезності чи пафосності, притаманних радянській епосі, у них панують світло і колір, простота і лаконізм. Чудовий колорист Євген Ткаченко наповнює сонячним світлом, легкістю та ліризмом мінливі краєвиди міста. На міських пейзажах художника ми бачимо вулички і куточки Черкас, які змінили свій вигляд, архітектурні пам'ятки, що не збереглися дотепер.

Modus vivendi людей минулої епохи є важливою складовою архітектоніки творів митця. Одяг, вирази обличчя, улюблені місця відпочинку жителів міста постають важливим доповненням концепту міста, відображують атмосферу того часу та особливості епохи.

Варто наголосити, що особливістю творчості Євгена Ткаченка була особлива етюдна манера творів з обов'язковим зазначенням дати, а саме: дня, місяця і року, їх виконання. Авторське датування дозволяє відтворити хронотоп Черкас, простежити зміни та особливості просторово-архітектурних локацій міста.

Краєвиди старих Черкас та пам'ятні місця Черкащини стали сюжетами творів черкаського художника Василя Андрійовича Мухи (1940-2017), виконаних у різних техниках: олійного живопису, графіці, різьбленні по дереву, паперовій пластиці. Митець з 1960-х проживав у Черкасах, працював художником заводу «Хімволокно», згодом – викладав у черкаських профтехучилищах. У цей час його гравюри друкувалися у місцевій пресі і сьогодні вони ілюструють сторінки історії обласного центру.

Особливістю концепту «місто» у Черкасах є образ «місто на Дніпрі». Акваторія Дніпра та гідротехнічні споруди, порти і пляжі займають чільне місце у сюжетах творів черкаських митців, є візитівкою туристичної привабливості краю. Зокрема, черкаський художник Олексій Григорович Слюсар (1923-2014) за своє життя написав більше однієї тисячі картин, на багатьох з яких – Дніпро.

Концепт «місто» був би не повним без зображення людей, які проживають у ньому. 1987 року відомий український художник театру, живописець, народний художник України Данило Георгійович Нарбут (1916-1998) створив серію «Черкаський

базар». Уважно спостерігаючи за життям міста і його людей, з особливою любов'ю і деталізацією митець виписав узагальнені образи міських жителів того часу.

Отже, черкаські художники другої половини ХХ століття, звертаючись до тематики міста, залишили нащадкам цікаві художньо-естетичні бачення і, нерідко, незвичні ракурси урбаністичного простору рідного краю. Концепт міста постає крізь призму творчості митців – очевидців трансформацій архітектури, публічних просторів та урбаністичної культури загалом.

## **DANYLO NARBUT AS A LEADING FIGURE OF CHERKASY CREATIVE INTELLECTUALS**

**O. O. Spirkina**

*Candidate of Historical Sciences,  
Cherkasy Institute of Fire Safety Named After Chornobyl Heroes of  
National University of Civil Defence of Ukraine*

Danylo Narbut was born on the 9th of January, 1916 in Petrograd (St-Petersburg) in the family of a prominent graphic artist Heorhii Narbut [2; 5]. Their family was by ancient Lithuanian origin but H. Narbut considered himself to be a native Ukrainian. In Petrograd Heorhii and Vira Narbut divorced. Soon Bronislav Linkevych, who was in due time Volodymyr Vynnychenko's secretary, became Danylo Narbut's stepfather.

A great influence upon the formation of Danylo Narbut's character had his mother Vira Pavlivna and his father's close friends who took responsibility for his upbringing. The most peculiar influence upon Danulo had professor of Kyiv Arts Institute F. Krychevsky [7].

Danylo learnt to paint in Yu. Myhailiv's private studio and then he studied in the children's studio by Kyiv Arts Institute. When D. Narbut was 14 he began to work at the decorative studio by Kyiv Opera and Ballet Theatre. In 1935 he finished the three-year courses of scene painters by All-Russian Academy of Arts in Leningrad (St-Petersburg) and then began to work in Kyiv Opera and Ballet Theatre.

In 1936 D. H. Narbut was arrested and sentenced for anti-Soviet activity for two years with a further exile and prohibition to live in Ukraine [3].

After discharge Danulo Narbut lived in his aunt Olha's house in Yeysk and worked as a scene painter. In 1939 D. H. Narbut enlisted to take part in a short and inglorious Soviet-Finnish war [3]. Only after that he was allowed to return to Kyiv. D. Narbut worked as an art director in Kyiv Circus where he got acquainted with Halyna Pryhodko, his future wife. In March 1941 they married and in May D. Narbut got the position of an art director of Zhytomyr Drama Theatre named after T. H. Shevchenko. But in summer 1941 D. Narbut participated in the defense of Kyiv, got into the Pyryatyn-Lubny encirclement and was taken captive. From the prisoner of war camp he "was discharched" by his mother and wife [3].

In 1942 D. Narbut became a member of OUN and then UPA. He was a sotnyk (Cossack lieutenant) and had a nickname Holub (Pegion). In 1942–1944 D. Narbut worked in the theatres in Kyiv, Kovel and Kolomyya. In 1945–1960 he worked in Chernivtsi Music Drama Theatre, in 1960–1965 – in Ivano-Frankivsk Music Drama Theatre and in 1965–1980 – in Cherkasy Music Drama Theatre. At the same time he improved himself in easel painting. Only as a pensioner he devoted himself to it completely.

D. Narbut was one of the prominent scene painters in Ukraine. His decorations determined the main emotional mood of performances. He gave an artistic life to 250 performances of the world and Ukrainian classics, modern dramatic art. Besides, he had great achievements in easel painting, graphic art, illustrations and posters.

He painted a set of canvases “Cossack Mama”. In 1987 he decided to create a set “Cherkasy market” [1]. By the way, this set [4; 6] is a peculiar humorous novel painted on the canvases. In 1992–1995 a set of portraits “Hetmans of Ukraine” [4] was appeared. D. Narbut painted portraits of Dmytro Vyshnevetsky (Baida), Bohdan Khmelnytsky, Petro Sahaidachny and others – 27 images.

In 1990 D. Narbut was awarded the honorary Ukrainian government distinction of “Distinguished Artist of Ukraine”, and in 1994 – “People’s Artist of Ukraine” [9]. In 1991 he became a member of the National Union of the Artists Specializing in People’s Arts of Ukraine [8]. In 1996 he became the Laureate of the State Prize of Ukraine named after T. Shevchenko (now National Prize of Ukraine) for the portraits’ sets “B. Khmelnytsky’s Associates”, “Hetmans of Ukraine”, for the canvas “Terrible Court” and for pictures “The Election of the Commander of the Cossack Camp” and “Intercession of the Holy Virgin” [6].

On March 3, 1998 a great patriot of Ukraine Danylo Narbut died.

D. Narbut’s works are exhibited in the museums and art galleries in Ukraine and kept in private collections in Australia, Belgium and Germany.

So, Danylo Narbut is a real son of his nation, Ukrainian creative intellectual who through all his life kept his love to Ukraine, who did all he could to revive the Ukrainian traditions, the Ukrainian language, the Ukrainian past.

#### **References:**

1. Клименко Н. М. Нарбутовські романи у барвах // Записки Осередку Наукового Товариства ім. Т. Г. Шевченка у Черкасах: праці історико-філософської, політологічної, філологічної та культурологічної секцій: зб. наук. статей / За ред. А. Г. Морозова, А. Ю. Чабана, В. В. Масценка, В. Т. Поліщука. Черкаси: РВВ ЧДН, 2002. Т. 1. С. 159–163.
2. Міценко Г. Нарбути // Образотворче мистецтво. 1998. №2. С. 37–41.
3. Негода М. Т. Данило Нарбут: нарис про життя і творчість художника. Черкаси: «Січ», 1996. 44 с.
4. Данило Нарбут: Альбом. Черкаси: Вид. Чабаненко Ю. А., 2008. 303 с.
5. Митці України. Енциклопедичний довідник / За ред. А. В. Кудрицького. К.: «Українська енциклопедія», 1992. С. 417.
6. Данило Нарбут. Альбом. К.: «Артанія», 1999. 48 с.
7. Нікітенко Л. Леся Нарбут: Дід Данило був прямолінійним і безапеляційним бунтарем [інтерв’ю з Лесею Нарбут] // Україна молода. 2008. №297.
8. Жива традиція: майстри народного мистецтва Черкащини: фотоальбом / укл. О. В. Теліженко, Т. М. Теліженко. Черкаси: «Бізнес-Стиль», 2009. 238 с.
9. Почесне звання народного художника України присвоєно Д. Г. Нарбуту // Черкаський край. 1994. 2 червня. С. 1.
10. Державний архів Черкаської області. Ф. Р-6025. Оп. 1. Спр. 9. Арк. 212.

# ФОТОМИСТЕЦТВО В УКРАЇНІ: РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ

**О. Л. Храмова-Баранова**

*докт.іст. наук, професор кафедри дизайну ЧДТУ*

**В. С. Зайцева**

*викладач кафедри дизайну ЧДТУ*

Фотографією називають результат фотографічного процесу, а саме: зображення, електронне або отримане на певному матеріалі, здебільшого на цупкому папері. Для відтворення електронного зображення потрібне устаткування на зразок комп'ютера з монітором або проектом.

Актуальність дослідження полягає у визначенні перспектив розвитку фотомистецтва в Україні для чого необхідно ґрунтовно проаналізувати становлення і розвиток фотографії. Мета дослідження: проаналізувати та надати характеристику історіографії фотомистецтва в Україні. В наш час фотографія використовується в різних мистецьких напрямках і є засобом виразності в графічному дизайні. Мистецтво сучасної фотографії складається з творчих практик, пов'язаних зі створенням, ре-дагуванням, трансформацією і поданням цифрових зображень як авторських творів. Наприклад, винахідник фотографії Луї Дагер перші фотографії в 1837 р. створював у традиційних для живопису жанрах портрету, пейзажу, натюрморту. Фотографи ХІХ ст., а в минулому живописці і графіки, йшли поступово від фотографічного відображення дійсності, до створення складних робіт. Фотомистецтво все більше вдосконалювалося, розмежовувалося на напрямки, вимагаючи майстерності.

В Україні фотографія з'явилася приблизно в 40-х роках ХІХ ст., коли в Україну почали приїздити іноземні фотографи, учасники щорічних міжнародних Київських ярмарок «Контракт». Першими фотографами-поселенцями були французи Жак і Шарль-Поль Гербсти. У 1860-1890-х рр. відкрилися фотостудії професіоналів в Одесі, Харкові, Полтаві та ін. великих містах, а до 1914 р. в Києві працювало близько 70 комерційних фотографів. Одним з найвідоміших фотографів в Україні був свого часу Альфред Федецький, випускник Фотографічного інституту Віденської Академії мистецтв, він спочатку працював у Києві в фотоательє Володимира Висоцького (1846-1894). Потім відкрив власну фотомайстерню у Харкові і виконував фотознімки видатних діячів мистецтва, коронованих осіб, чиновників, військових, шляхтичів, міщан.

Фотографію починають викладати на кінооператорському факультеті Київського театрального інституту ім. Карпенка-Карого, а техніку фотографії – у Львівському політехнічному інституті. При Міністерстві культури в Києві організовується експериментальна фотостудія. Виробництво фотоматеріалів – кіноплівки і великоформатні фотоплівки виготовляються в м. Шостка, Сумської області, а фотографічний папір – на фотофабриках в Києві і в Переяславі-Хмельницькому. Фотоапаратура виробляється в Києві (камера «Київ» для 35 мм плівки, яка спочатку копіювала німецький Цейс «Контакс») і біля Харкова (камера «ФЕД» для 35 мм плівки, яка спочатку копіювала німецьку «Лейка»). Сьогодні в Україні діє «Національна спілка фотохудожників України», яка була заснована ще в грудні 1989 р. в Києві.

Першим етапом існування фотографії стало розуміння її як технологічного винаходу, що служить розвитку науки, суспільства. 1840 – 1880 рр. – період становлення фотомистецтва в Україні. В цей період використовували портативні фотоапарати, стрімко розвивалося їх промислове виробництво, з'явилися ефективні джерела штучного освітлення тощо. Прогрес у візуальній культурі, естетичне ставлення до фотографії привели до появи нового

напряму – пікторіалізму (1889-1914). Пікторіалізм – естетична течія в європейському та американському фотографічному мистецтві в кінці XIX – на початку XX ст., прихильники якої прагнули до пікторіального (картинного) фотографічного зображення. В цей час з'явилися праці М.Бобира, В.Гречинського, О.Гудшона, Т.Зайнока. Значне місце зайняла фотопродукція листівок, наприклад, у 1895 р. друкарня С.Кульженка випустила види Києва, а згодом з'явилися листівки з видами Одеси, Полтави, Чернівців та інших міст («Українські типи та краєвиди»), «Типи і види Малоросії», «Види українських сіл та хуторів»). Найбільший внесок в їх створення зробили фотографи О.Завадський, О.Іваницький, Д.Марков, В.Світличний, Й.Хмелевський. Поява літератури сприяла розвитку фотоосвіти і у 1895-1897 роках було відкрито фотокурси в Києві, Львові та Одесі, а у 1903 р. – Художньо-ремісничу майстерню друкарської справи в Києві, де викладали фотографічні дисципліни. Важливу роль у розвитку фотоосвіти відіграв II з'їзд діячів з фотографічної справи (Київ, 1908), а з 1887 р. по 1911 р. було організовано 12 фотооб'єднань. Спочатку це були фотовідділи відділень Імператорського Руського технічного товариства (Одеса, 1887, Харків та Київ, 1888), а згодом фотографічні товариства в Одесі (1891, 1906, 1911), Сімферополі (1896), Києві (1901), Львові (1903), Кам'янець-Подільському (1908), Житомирі (1910) та Полтаві (1911). У цих об'єднаннях велась активна робота в галузі фотомистецтва. Розвиток світової фотографії у 1880 р. привів до розквіту фотоаматорства (М.Петров, М.Бобир, Х.Миколяш). Перший був головним ідеологом української фотографії 1906 – 1916 років і Н.Розенблюм, автор фундаментальної «Світової історії фотографії» (Нью-Йорк, 1984), назвала М.Петрова «художнім директором пікторіального журналу» і підкреслила, що «він шов поза бездушним уявленням природи, творчо підходив до предмета».

Українська фотографія кінця XIX – початку XX століття стала золотим віком розвитку фотомистецтва. Це був час створення широкої мережі професійних фотоустанов, фотооб'єднань та фотоаматорів, перших паростків фотожурналістики, підйому випуску фотолітератури, розгортання системи фотоосвіти, перших досліджень у галузі наукової фотографії, розгортання широкої виставкової діяльності, перших кроків фотовиробництва, створення системи фототоргівлі. Це був час визнання світом наших блискучих фотохудожників, фотографія сформувала самобутність, яка присутня в фотомистецтві України і намітила перспективи розвитку цієї галузі.

#### ***Література:***

1. Золотий вік української фотографії Електронний ресурс / режим доступу: <http://primetour.ua/uk/company/articles/1.html>
2. Сучасне фотомистецтво України: соціальний досвід та нові художніпрієшення Електронний ресурс / режим доступу: [file:///c:/piaks\\_2014\\_37\\_8\\_20.pdf](file:///c:/piaks_2014_37_8_20.pdf).

## ТЕАТРАЛЬНО-ДЕКОРАЦІЙНЕ МИСТЕЦТВО ЯК СКЛАДОВА КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

А. В Алішер

*аспірантка НАКККиМ*

У візуальній культурі суспільства важливу роль відіграє декоративне мистецтво – широка галузь образотворчого мистецтва, яка художньо-естетично формує матеріальне середовище, створене людиною. До нього належать такі види: декоративно-прикладне, монументально-декоративне, оформлене, театральне-декораційне.

Театральне-декораційна система виникла і панувала (протягом чотирьох століть) виключно завдяки художникам-професіоналам, причому не тільки живописцям, а й графікам, архітекторам, а також іншим репрезентантам образотворчого мистецтва, яких запрошували до роботи в театрі. Не дивно, що впродовж усього розвитку декораційної системи (інакше, етапу театральне-декораційного мистецтва в історії сценографії) художнє оформлення сценічного простору у виставі, відтворюючи місце дії, нерідко переставало бути другорядним його чинником.

Становлення професійної української сценографії розпочинається з 1907 року, коли для оформлення вистав на стаціонарній сцені вперше було залучено фахових художників В. Кричевського старшого і І. Бурячека (як це сталося в театрі М. Садовського в Києві). У візуальному плані декорації представляли насамперед станкову картину, обрамлену (театральним) порталом сцени-коробки, отже, як картину, (найчастіше живописну з архітектурно-об'ємними деталями), відтворену за допомогою живописних «задника» й куліс.

Оформлення М. Бойчуком «Йолі» Є. Жулаковського в «Молодому театрі» знаменувало собою важливий етап у розвитку українського мистецтва сценічного оформлення, а саме: створення об'ємної тривимірної архітектурно-живописної декорації.

«Художник в українському театрі з'явився тоді, коли з'явився Анатоль Петрицький. Він проробив всі ті віхи формальної революції, що були тоді на часі» [1], – стверджував Лесь Курбас. Зарекомендувавши себе як творець «живописних оргій», у розписах інтер'єрів театрів «Гротеск», «Будинок інтермедій», він упевнено вирішував складні художницькі завдання. Саме завдяки А. Петрицькому вдалося реалізувати у виставі ідею «Різдвяного вертепу», пропонуючи акторам драми відтворити пластику лялькового театру, розігруючи відповідні мізансцени. Візуальні принципи, покладені в основу сценографічної інтерпретації «Вавилонського полону» Л. Українки (реж. О. Загаров), А. Петрицький передав передусім через кольорове вирішення художнього оформлення сцени, протиставляючи усій гамі червоних і жовтих тонів темно-зелене полум'я могутніх дерев і «вуглини» чорних об'ємних плащів героїв.

Основним завданням театральне-декораційного мистецтва є оформлення художнього простору сцени, зокрема образно-пластичних об'ємів реквізиту, костюмів, світла тощо, задля повного розкриття драматургічної та візуальної ідеї театральної постановки. Естетична атмосфера вистави поєднує всі засоби художньої виразності, інтегрує всі частини в гармонійне ціле і є тим візуальним середовищем, без якого дія вистави стає схематичною, а сценічні образи втрачають об'ємність і життєву достовірність. За концепцією Д. Лідера, визначну роль у процесі постановки і

розвитку театральньо-декораційного мистецтва відіграє «дійова сценографія», яка підсилює й розгортає драматургічну ідею, сценічний задум режисера, створюючи динамічний візуальний простір. Філософію сценографії як оформлення візуального простору в театрі запроваджують і розвивають учні Д. Лідера – А. Александрович-Дочевський, М. Левицька та інші сучасні театральні художники України.

В їхніх драматичних виставах повною мірою виявила себе й інша тенденція, а саме: відтворення місця дії як середовища життя персонажів вистави. Інакше кажучи, намагання продемонструвати аудиторії не так ефектний «фон» (спроможний перебрати увагу від виконавців ролей), як життєподібне, достовірне середовище, в якому змогли б «ожити» драматургічні персонажі.

Сучасні українські театральні художники творчо наслідують візуальну культуру національної сценографії, представленою іменами митців-авангардистів, а саме: О. Екстер, А. Петрицький, В. Меллер, О. Хвостенко-Хвостов, М. Бойчук, М. Бурачек, О. Архипенко, В. Кандинський. Вони вийшли на нові рубежі в розвитку українського театральньо-декораційного мистецтва як складової візуальної культури, яка потребує подальших досліджень у мистецтвознавстві та естетиці.

#### ***Література:***

- 1. Історія українського театру: У 3 т. / НАН України, ІМФЕ ім. М. Т. Рильського; редкол.: Г. А. Скрипник (голова) та ін. – К., 2009. – Т.2: 1900-1945. - 876 с.*
- 2. Є. А. Антонович, Р. В. Захарчук-Чугай, М. Є. Станкевич. Декоративно-прикладне мистецтво. - Львів: Світ, 1993. - 272 с.*

## **УКРАЇНСЬКА НАРОДНА ІГРАШКА У ФОНДОВІЙ КОЛЕКЦІЇ ЧЕРКАСЬКОГО ОБЛАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ**

**Н. В. Коркоценко**

*старший науковий співробітник  
КУ «Обласний художній музей» ЧОР*

Народна іграшка виділяється серед інших видів декоративно-прикладного мистецтва своєю особливою історією, традиціями створення, локальними особливостями та широким спектром видів.

Традиційна народна іграшка містить в собі аутентичний культурний код з генетичною та психоментальною інформацією з великою кількістю обрядових атрибутів та посиланням на прихований образ землі з її ботанічними особливостями, на якій завжди важко працював український народ [2, с. 10 – 11]. Українська традиція створення іграшок є досить строкатою та сягає давніх часів. Александр Семенович Найдєн зазначає, що однією зі знайдених речей, які можна ототожнювати з правдивою іграшкою, є «кукла» (так раніше називали певний вид ляльок на території України), що була знайдена в Ольвії, Північне Причорномор'я, в V столітті до н. е. [8]. Одна з найдавніших згадок про ляльки в Україні була в рукописі 1765 року від Петра Симоновського, де повідомляється, що у червні 1649 року козаками на чолі з Богданом Хмельницьким, протягом атак на польське військо, було застосовано солом'яні «болвани», перевдягнуті в турецький одяг, які були одним з видів української народної ляльки [6, с. 29].

З XIV століття в багатьох країнах, не тільки в Україні, функціональність іграшки розширюється, вона стає не просто гарненькою забавкою, але й отримує розвиваючу, виховну функцію. Посилюється декоративна сторона предметів, розширюється спектр образів. У XIX столітті через скасування цехового устрою та скасування кріпацтва виробництво іграшок, як і різні види творчості, а саме: гончарство, деревообробка та лозоплетіння, в більшості розвивалось саме в селах, що і формувало посилення етнічних та локальних деталей [1, с. 3].

Здебільшого традиційну народну іграшку робили скульптурного характеру та з природних матеріалів – солома, листя кукурудзи, дерево, рогоза, коноплі, голівки маку, кора, мох [4, с. 43], глина, сир, тісто, папір, тканина.

До середини XX століття народні ляльки мали язичницькі ознаки, зображали жіноче божество та мали оберегові функції. В певних регіонах такі ляльки мали назву магодза. В кінці XIX та на початку XX століття на території України з'являються етнографічні ляльки на основі народних ганчір'яних. Одяг ляльок вміщує ознаки одягу певного етнографічного регіону, починають більш деталізовано проробляти голівку з обличчям іграшки [1, с. 10]. Особливу увагу приділяли фартушкові та головному убору, який надавав розуміння про вік зображуваної жінки у вигляді ляльки. Зазвичай це віночок, «маячки», «волочки», що характеризували наречену, очіпок та хустина [1, с. 14]. Оскільки метод роботи над лялькою є «крученням», варто зазначити, що кручення ляльки є типовим хліборобським методом, за яким створюють форму руками – скручування снопів, соломю, очерету, лози [2, с. 11]. З часом такі ляльки слугували прикладом для фабричного повторення та до кінця XX століття мали вже більш сувенірне сприйняття [1, с. 10].

Ляльки з тканини виготовляли зі старого ганчір'я та непотрібного одягу – вузлові ляльки намотували без застосування голки з обов'язковим виділенням голови, яку набивали сухою травою, хлібом або ж ганчірками. Кінцівки тіла не виокремлювались, а одяг намотували шарами. Часто у ляльки був тулуб з дерева, сіна або з скрученої тканини. Важливим моментом є те, що в українських народних ляльок не було акценту на рисах обличчя – часто воно було порожнім або ж перетягувалось навхрест стрічками та нитками. Нитки могли утворювати квадрат або ромб [1, с. 12]. Цікавою відмінністю в оформленні обличчя є перехрещення стрічок або ниток, але у навскісному варіанті, що зустрічається у ляльок з гірських місцин Грузії та Таджикистану [6, с. 28]. Перехрещення стрічок є відображенням солярних знаків та пов'язане з обрядовими та магічними звичаями народу. Розмальовувати обличчя фарбою, олівцем або вишивати нитками почали дещо пізніше [1, с. 14]. На межі XX-XXI століть на території Середньої Наддніпрянщини поширений тип ляльки «княгині», яку створили майстри С. Грибак, С. Рак, О. Придувалова та традиційні ляльки майстрів Ю. Мельниченко, Т. Федорової, І. Приходько [8].

Приклади вузлових ляльок представлені в експозиції Черкаського обласного художнього музею: роботи черкаської майстрині Наталі Кузьменко «Україна» (Чигиринська леля), 2000 р., виготовлена з конопель, фабричної тканини, з прикрашанням коралями, вишивкою хрестиком та з ручними й машинними швами; «Господиня посиденьок», 2003 р., з використанням фабричної тканини, плетіння, ручних й машинних швів, тощо. Ляльки, створені Ларисою Теліженко, – лялька-мотанка «Розкішна пані», 2017 р., де в роботі поєднано льон, вишивку та плетиво; лялька вузлова з композиції «Родина», 2010 р., з домотканого полотна, штапелю, вишивки. Також серед багатьох інших ляльок експонується лялька «Україночка», 2014 р., майстрині Ольги Нестеренко з Полтавської області. Дана лялька була створена з бересті, акрилових фарб, з додаванням аплікації та тиснення [7].

У солом'яних ляльок для оформлення обрисів голови, тулуба, талії використовували лляні нитки, якими перев'язували соломю або сухі трави. Якщо в задумі були руки, то



їх виплітали кіскою [1, с. 14]. З іграшок із соломи в експозиції Черкаського обласного художнього музею представлені різдвяні роботи Ніли Салаутіної «Солом'яні павуки», що своїми сплетіннями відображають творення світу з дохристиянських уявлень [7].

Паперові ляльки вирізняються досить нешироким поширенням в українській традиції і були виведені лише під впливом силуетних витинанок в кінці XIX століття. Натуралістичне трактування та особлива пластичність виокремлюють даний вид ляльок серед інших [1, с. 14].

Певна схематичність та спрощеність відображена у великій кількості глиняних ляльок – схематичні обриси фігури, голови та рук, що вчило дітей змалечку сприймати мистецтво метафорично та бути спостережливими [6, с. 27]. Жіночий поясний одяг уособлює конусоподібну форму. Часто жінка тримає на руках дитину, кошик, птаха або ж сидить на ньому, що надає ляльці функцію свистунця. Цікавим є також розпис ляльок – часто це ритування, тиснення [5, с. 105] та ілюзія мерехтливих штрихів та ліній задля більшого ефекту заколисування [1, с. 18]. Частково сюди ж можна віднести іграшку-вершника [1, с. 20]. Досить поширені іграшкові ансамблі з відображенням певних сюжетів повсякдення селянина – «Весілля», «Карусель», «Біля криниці» тощо [8]. До таких можна віднести глиняні полив'яні іграшки-статуетки Василя Стрипка «Гуцул» та «Гуцул і солдат», 1967 р., а також витвір Анжели Драч «Богиня», 2014 р., глина, ліплення, ритування, ангоби – всі вони є гарними прикладами косівської кераміки, що знаходяться у фондовій колекції Черкаського обласного художнього музею [7].

Фігурки з природних матеріалів, що були пов'язані з давнім культом тварин, є окремим відгалуженням іграшкового промислу. Іграшки з глини, що зображають коней, оленів, баранців, цапків, бичків, корів, свиней, собак, ведмедів, птахів, риб [1, с. 30], на теренах України походять ще з часів енеоліту [1, с. 22]. В експозиції Черкаського обласного художнього музею є можливість ознайомитись з такими зразками іграшок завдяки творчому доробку черкаського майстра Івана Сухого. Зокрема це глиняна глазурована та розписана ангобами композиція «Лісовий оркестр», 1977 р., у якій представлено фігури цапа, кози, ведмеда, барана, а також фігура «Гірський козел», 1976 р., з глини та поливи. Експонується одна з робіт Надії Резніченко з Кропивницького під назвою «Різдвяний птах», 2011 р., з теракоти та емалі, також іграшка Федора Гордового «Пес», 1977 р., глина й глазур. Представлено приклад заводської кераміки Маньківського майолікового заводу «Колорит» – «Баранчик», 1978 р., глина, поливи [7].

Так само довго, ще з XI–XIV століть, залишаються особливості форм дерев'яних коників на коліщатах [1, с. 28]. В Черкаському обласному художньому музеї це іграшки Володимира Швеця з міста Звенигородка – «Баранчик на возику», 2008 р., «Бричка», 2006 р., «Гонило», 2006 р. – всі виконані з дерева у техніці різьблення [7]. Важливо зазначити, що виокремлювались зображення фантастичних тварин – оріпок, як, наприклад, поєднання птаха з конем, цапом або бараном. Ці образи побутували на наших теренах ще за часів скіфів [6, с. 28].

Окремо виділяються дитячі народні іграшки, які повторюють або ж уособлюють музичні інструменти, що так само декоративно оздоблювалися, наприклад, розетковим плетінням. Даного виду іграшки мали ознайомчо-освітній характер. Вважалося, що вони захищають дітей від злих сил. На Галичині, наприклад, діти у Великодню ніч створювали тарахкальцями гамір, щоб попередити хворобу та збільшити приплід тварин. Серед музичних іграшок – деркачі, свистунці, сопілки, скрипки, тарахкальця. Створювали їх з дерева, соломи, глини [1, с. 34]. В кожному етнографічному районі музичні інструменти та особливо деркачі вирізнялись традиційними особливостями в оздобленні та формах [1, с. 36]. Найвідоміші центри – смт. Опішня, с. Бубнівка Гайсинського р-ну Вінницької обл.,

с. Стара Сіль Старосамбірського р-ну Львівської обл., м. Ічня Чернігівської обл., м. Косів Івано-Франківської обл., м. Миколаїв; у кожного з них своєрідні пластичні, колористичні і сюжетно-образні уподобання [8].

До огляду відвідувачів в експозиції Черкаського обласного художнього музею представлено приклади іграшок-свистунців майстрині Анжели Драч з Чернівецької області «Баранець», 2009 р., глина, смола, ангоби, ліплення, розпис; «Баранчик з вершником», 2009 р., глина, смола, ангоби, ліплення, розпис, ритування, «Кінь з вершником», 2009 р., глина, ліплення, димлення, ритування; «Олень з вершником», 2009 р., глина, ліплення, димлення, ритування. Також експонуються розписані іграшки-свистунці заслуженого майстра народної творчості Ольги Отнякіної-Бердник: «Лісовий довгоносик», 2011 р., «Літнє диво з півником», 2011 р., «Цар жуків і павуків», 2011 р., «Жар-птиця Крешана», 2011 р., «Птах і осінні квіти», 2013 р., та інші, усі роботи виконані з глини, з додаванням ліплення, розпису та темпері [7].

Іграшками, які повторювали звичні жіночі заняття, були іграшкові меблі, а саме: лави, скрині, столики, колиски, ліжка, які в більшості випадків створювались з дерева, а колісочки плели з лози. Сюди ж можна віднести мініатюрний посуд, який копіював традиційні ознаки побутових елементів. Їх розміри можна було порівняти з найменшою грошовою одиницею – «монетки». Такого роду посуд був найбільше поширений у Яворові Львівської області [1, с. 40, 42; 7, с. 104].

#### **Література:**

1. Герус Л. М. Українська народна іграшка. – Київ, 2017. – С. 3–42.
2. Найден О. Українська народна іграшка. Семантика пластичних форм / Народне мистецтво. Київ, 2004. № 3–4 (27–28). С. 10–11.
3. Найден О. Перший збирач народної іграшки / Народне мистецтво. Київ, 1998. № 1–2 (3–4). С. 60–62.
4. Найден О. Народна іграшка: традиції, образні особливості / Народне мистецтво. – Київ, 1997. – № 1. – С. 42–45.
5. Найден О. Народна іграшка / Позакласний час. – Київ, 2009. – № 3–4. – С. 103–106.
6. Найден О. Українська народна іграшка. Словесні та образні основи / Образотворче мистецтво. – Київ, 1991. – № 3. – С. 27–30.
7. Фондово-облікова документація ЧОХМ.
8. Найден О. Іграшка народна / Енциклопедія сучасної України. – URL: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=13753](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=13753) (дата звернення: 20.05.2019)

# ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛЬНОГО СПРИЙНЯТТЯ МИСТЕЦЬКИХ ПAM'ЯТОК ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СИМПОЗИУМУ СКУЛЬПТОРІВ (З ДОСВІДУ РОБОТИ КАМ'ЯНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ЗАПОВІДНИКА)

Т. П. Чупак

*заступник директора Кам'янського державного історико-культурного заповідника з наукової роботи*

З метою розширити можливості правдивого висвітлення сторінок історії України, пов'язаних з рідним краєм, з часів Української революції 1917 – 1921 рр. і до наших днів, Кам'янський державний історико-культурний заповідник цього року взяв участь і виграв конкурс культурно-мистецьких проектів Міністерства культури України «Малі міста – великі враження» [1]. Його головні завдання – показати значний культурний спадок невеликих міст нашої держави, залучити можливості децентралізації для перетворення малих містечок на самостійні центри з власним унікальним культурним ресурсом, а також підвищити економічну привабливість культурної спадщини та її сталого використання. Кам'янському заповіднику вдалося отримати грант на втілення програми мистецького фестивалю «Кам'янська земля – край славетних героїв» [6], серед найскравіших подій якого – Всеукраїнський симпозиум скульпторів та Всеукраїнський пленер живописців.

У ХХІ ст. надзвичайно важливо вводити музеї, заповідники в повсякденне життя кожної людини, адже це руйнує міфи про заклади, як архаїчні установи, а також формує естетичні смаки та, зокрема, візуальну культуру, яка розвиває здібності сприйняття образів, вміння їх аналізувати, оцінювати, зіставляти, створювати на цій основі індивідуальні художні образи. Візуальна культура сьогодні охоплює різноманітні культурні об'єкти – це кіно, фотографія, дизайн, театр, живопис, архітектура, скульптура тощо. Але в даному контексті мова піде саме про створення галереї скульптур «Кам'янська земля – край славетних героїв» під час Всеукраїнського симпозиуму, який відбувся в рамках мистецького фестивалю.

7 вересня 2019 року в День міста до Кам'янки завітали 7 українських скульпторів – з Києва, Черкащини, Івано-Франківщини та Закарпаття. На теренах нашого краю таке визначне мистецьке дійство, як симпозиум скульпторів, відбувалося вперше.

Спочатку митці познайомилися з містом та найскравішими сторінками його історії в музеях Кам'янського заповідника. З великим захватом відвідали Холодний Яр – місце, де віками точилася боротьба за свободу і незалежність України.

Матеріал для виготовлення скульптур – камінь пісковик – було привезено з Ямполья Вінницької області завдяки меценатам, зокрема депутату обласної ради від Кам'янського району – Сергію Воронову. Слід наголосити, що програма гранту передбачає співфінансування, тому залучення позабюджетних коштів є гармонійною складовою реалізації завдань проекту.

Митці запропонували розташувати пісковик на центральній алеї парку Декабристів і саме там розпочали роботу над скульптурами. Одні приїхали до Кам'янки вже з готовими гіпсовими ескізами, а інші – відразу втілювали у камені свій задум, перебуваючи під враженням від почутого і побаченого.

Світ скульптора – це, перш за все, світ видимий. Все, що оточує творчу людину, постає перед митцем у вигляді зорових образів, тож мислення творця є, головним чином,

мисленням візуальним. У свою чергу кам'ячани та гості міста мали змогу спостерігати за роботою скульпторів, оглядати, аналізувати, обговорювати й оцінювати твори майстрів. Адже нерозшифрованість, таємниця, що криється у витворах мистецтва, і складає їхню привабливість та спонукає прочитувати ці твори знову.

У XVII–XIX ст. найпопулярнішими в Україні були картини із зображенням козака-бандуриста. Ними селяни, нащадки козаків, прикрашали свої хати, малювали образ на дверях і стінах, на скринях, кахлах і посуді. Зображення козака Мамає на народних картинах в час, коли Запорізького Війська вже не існувало, завжди сприймалося як своєрідний пам'ятник героїчному минулому українського народу. Тож не випадково легендарний образ, як носій історичної пам'яті, надихнув на роботу й учасників Всеукраїнського симпозіуму скульпторів у Кам'янці – Віталія Дахівника (Черкащина) та Кия Данилейка (Київ).

Київський скульптор зобразив Мамає традиційного з кобзою в руках, неподає якого чекає вірний кінь. Робота Кия Данилейка називається «Дума про рідний край». Черкаський митець втілює у своїй роботі образ узагальнений і закодований – «Ментальні трансформації з елементами інтерактиву» [3].

Часто сліпі бандуристи мандрували Україною разом із хлопчиками-поводирями, розкриваючи для людей через народні думи та історичні пісні правдиву історію України. Київський скульптор Леонід Козлов втілює у камені пісковика зворушливий образ маленького учня кобзаря, який схилився на бандуру. Робота невідомо носить назву «Дума». Залюблений у звучання бандури, яка завжди викликає у скульптора слези на очах, митець не приховував, що давно хотів створити подібний образ. Сам Леонід Козлов знає безліч автентичних народних пісень і є надзвичайно талановитим учнем свого вчителя – видатного українського скульптора А. Фуженка, в майстерні якого завжди звучала народна пісня [5].

В період Української революції 1917 – 1921 рр. на кам'янській землі, як і по всій країні, точилася національно-визвольна боротьба, до якої активно долучилися й жителі нашого краю. Образ борця за українську державність в часи Української революції створив молодий черкаський скульптор Дмитро Бур'ян. Його робота так і називається «Воїн Української Народної Республіки».

Творчість відомого київського скульптора Михайла Горлового – чи не поодинокий випадок генетичного зв'язку української скульптури не лише з пракультурою, коріння якої сягає ще до нашої ери, а й з авангардним рухом етнонаціональної культури XX ст. У творах митця виразно проявляється українська ментальність [2, 6-7]. Особливо йому вдаються жіночі образи. Так і в Кам'янці митець втілює у камені образ жінки – безстрашної холоднорярської козачки Євдокії Апілат (Темної).

«Вогонь з Холодного Яру» – таку назву своїй роботі дав Іван Дем'ян, скульптор із Закарпаття, якого також вразила історія боротьби славних українських синів і доньок за свободу і незалежність рідної країни в Холодному Яру. Митець зобразив гайдамаків у вигляді кам'яних баб і присвятив свій витвір українському воїнству.

Тим, хто в різні часи виборював незалежність нашої держави і не шкодував заради високої мети найціннішого – життя, присвятив свій твір Богдан Фреїв, скульптор з Івано-Франківщини. Його робота «Піета» символізує скорботу матері-України за кращими синами, що загинули за волю рідного краю. «Піета» або «П'єта» означає «милосердя». В образотворчому мистецтві – це сцена «Оплакування Христа» Дівою Марією, як вияв милосердя до закатованого [4].

Перший Всеукраїнський симпозіум скульпторів у Кам'янці вразив усіх. Діти й дорослі, жителі міста і його гості з великою цікавістю спостерігали за роботою скульпторів, які були відкритими для спілкування, розповідали про свої роботи, надавали можливість учням шкіл долучитися до створення скульптур.

Завдяки реалізації грантового проекту, у працівників Кам'янського заповідника

з'явилося більше можливостей для правдивого висвітлення сторінок історії України, пов'язаних з особистостями наших героїв-земляків, які 100 років тому наближали незалежність України і продовжують виборювати її в наш час. До того ж, створення окремого просвітницького майданчика – Скверу Героїв – гармонійно доповнить існуючий у місті пласт культурних цінностей, а також і надалі сприятиме формуванню візуальної культури населення.

#### **Література:**

1. АМУ вітає переможців конкурсу «Малі міста – великі враження»!*[електронний ресурс]*// <https://www.auc.org.ua/novyna/amu-vitaye-peremozhchiv-konkursu-mali-mista-velyki-vrazhennya>
2. Горловий М.П. *Скульптура – К.: ТОВ «Дорадо-Друк», 2012 – 128 с.: іл.*
3. *Матеріали польових досліджень автора (Далі МПДА). – Спогади Дахівника Віталія Борисовича, 1973 р.н., мешканця м. Золотоноша Золотоніського району Черкаської обл.*
4. МПДА – *Спогади Фрейва Богдана Миколайовича, 1955 р.н., мешканця м. Долина Івано-Франківської обл.*
5. МПДА – *Спогади Козлова Леоніда Леонідовича, 1954 р.н., мешканця м. Києва.*
6. *Про затвердження Положення про конкурс культурно-мистецьких проєктів “Малі міста – великі враження” [електронний ресурс]*// <https://ips.ligazakon.net/document/view/RE33244>

## **ЕСТЕТИЧНА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ У РОБОТІ КІРОВОГРАДСЬКОГО ОБЛАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ**

**А. А. Недлінська**

*Кіровоградський обласний художній музей  
відділ науково-просвітницької роботи*

Враження – це головне, що залишається у відвідувача після огляду експозицій будь-якого музею. А у формуванні вражень основну роль відіграє саме візуалізація, адже наочність не замінить жодна розповідь чи текст. Особливо це відчувається в роботі художніх музеїв, де в першу чергу значна увага приділяється естетичній візуалізації. Що ж саме ховається за поняттям «візуалізація»? Саме слово походить від латинського «*visualis*» – те, що сприймається візуально, наочно. Візуалізація в музеї – це побудова експозицій та представлення експонатів у формі зображення в умовах максимальної зручності їх сприйняття неозброєним оком.

Музейна справа в Україні поступово трансформується до сучасних потреб суспільства використовуючи результати новітніх науково-технічних досягнень та сучасні зразки інноваційного обладнання. Змінюється й застосування візуалізації.

Щодо історії нашого закладу, то 4 січня 1993 року на базі відділу Кіровоградського обласного краєзнавчого музею, картинної галереї, було створено Кіровоградський обласний художній музей. В минулому році ми відзначили 25-річчя від дня заснування. За ці роки було багато злетів і досягнень, які діставались тяжкою працею та неймовірною любов'ю до музейної роботи, доводилось неодноразово долати труднощі.

Цікавим випробовуванням стала можливість представити в експозиції нашого музею найбільшу в центральній частині України картину польського художника

Войцеха Горація Коссака (1856-1942) «Кривава неділя у Петербурзі 9 січня 1905 року» розміром 4,05 x 8,01 м., яка засобами образотворчого мистецтва віддзеркалює драматичну історичну подію – розстріл військовим гарнізоном Петербургу мирної ходи до царя, що стала красномовним проявом наївного монархізму. З 1965 до 1991 року дана робота експонувалася в будівлі релігійної споруди, де розміщувалася картина галерея, а робота експозиційного залу давала можливість презентувати її належним чином, але в 1991 році під експозиції галереї було виділено інше приміщення, пам'ятки архітектури місцевого значення, висота залів якої не дозволяла розмістити полотно таких великих розмірів. Картина, яка була створена понад століття тому, маючи багату географію та історію експонування зазнавала впливу багатьох руйнівних чинників, тож потребувала негайної реставрації. Під час візуального огляду реставраторами була виявлена вертикальна деформація полотна з характерним крокелором ґрунта та фарбового шару, дрібні осипання, сліди появи грибкової плісняви. У червні 2013 року фахівцями Національного науково-дослідного реставраційного центру України було розпочато реставрацію картини безпосередньо в музеї, а після завершення реставраційних робіт через рік знову постало питання яким чином демонструвати цю картину, адже жоден із виставкових залів музею не підходив за розмірами (не вистачало потрібної висоти). Так з'явився проєкт представлення картини під кутом на спеціально розробленому каркасі, а щоб зменшити перспективне скорочення зображення та створити найкращі умови візуалізації полотна навпроти картини було змонтовано спеціальний подіум для відвідувачів та розроблено систему освітлення з кольоровими фільтрами. Таким чином виклик було подолано, 15 січня 2015 року відбулася презентація виставкового проєкту – картини польського художника Войцеха Горація Коссака (1856-1942) «Кривава неділя у Петербурзі 9 січня 1905 року», яка є окрасою експозиції та служить нагадуванням про «уроки історії».

Будівля нашого музею є пам'яткою архітектури, збудованої на межі XIX початку XX століття. За свій час існування її призначення постійно змінювалось – від використання в якості готелю до розміщення художніх артілей та магазинів в радянські часи. Вона неодноразово реставрувалася, проводилися ремонтні роботи. Активна фаза ремонтно-реставраційних робіт припала на 2016 рік. В зв'язку з цим у приміщенні музею тривалий час не було можливості проводити виставково-експозиційну діяльність. Частково навантаження відповідно до плану роботи взяли на себе відділ обласного художнього музею – картинна галерея Петра Оссовського «Світ і Вітчизна» та малі галереї, але їхніх ресурсів не вистачало. Черговий виклик в нашій роботі спричинив переформатування візуалізації, адже рішенням стала така форма роботи як створення віртуальних виставок. Що ж таке віртуальна виставка? Це інформаційний продукт, що являє собою поєднання традиційного експозиційно-виставкового та новітнього електронного способів презентації мистецтва й інформації про нього. Було створено та представлено близько 20 віртуальних виставкових проєктів на різну тематику. (Детальніше кожен бажуючий може ознайомитись з ними на сайті музею <http://artmuzeum.kr.ua> в розділі «Архів виставок» за 2016 рік.)

Візуалізація туристичної екскурсії по місту «Прогулянка по вулиці Дворцовій», що проводять наші співробітники стала можливою завдяки створенню муралу в місті Кропивницький саме на пам'ятці архітектури. Цей проєкт для міста від родини Яриніч в ході реалізації отримав назву «Серце міста». В основу композиції взято картину художника Андрія Ліпатова (1960-2010) «Променад на Дворцовій» (2001), яку вдалося вдало поєднати із зображенням архітектурних елементів притаманних фасадній стіні. Урочиста презентація стінопису відбулася 18 липня 2019 року. Але цій знаковій в історії міста події передувала величезна робота, було подолано багато перешкод. Спочатку

було оголошено конкурс «Мурал-Арт», подано велику кількість ескізів, проведено цілий ряд засідань. Коли визначилась із темою, то почалась робота над самим ескізом. Було отримано згоду від рідних художника А. Ліпатова щодо відтворення картини на стіні музею. В кінці червня 2019 року команда художників «UT ART STUDIO» (м. Київ) розпочала створювати мурал з 3-D ефектом. Так з'явилась можливість мандрувати в часі та просторі. Перенестися в кінець XIX століття, в часи коли некапливо прогулювалися перехожі біля вітрин магазинів, а повз проїжджали трамвайчики та карети, коли закладалось будівництво і самого приміщення музею. Досить символічно проведена історична лінія, адже намилиувались зображенням однієї з історичних вулиць старого міста, можна вирушити нею на прогулянку та порівняти з тим як виглядає вона сьогодні.

Тож в роботі Кіровоградського обласного художнього музею естетична візуалізація неодноразово ставала відповіддю на численні виклики.

## **НАПРЯМ «ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ» ЯК АЛЬТЕРНАТИВНА ОСВІТНЯ ПЛАТФОРМА**

**Ю. Р. Городнюк**

*магістрантка ЧНУ ім.Б.Хмельницького,  
редактор ЧОХМ*

Діяльність міждисциплінарної соціогуманітарної лабораторії, що діє на базі ННІ міжнародних відносин, історії та філософії ЧНУ ім. Б. Хмельницького, спрямована на формування тих компетенцій студентів, які дозволяють їм використовувати отримане знання в новітньому історико-філософському дискурсі, містецьких практиках, дискусійних проектах та актуальних аналітичних дослідженнях.

Викладачами і студентами створено альтернативні освітні платформи для реалізації завдань лабораторії. Одна з таких платформ – «Візуальна культура та соціальні практики» (кафедра філософії та релігієзнавства, О. А. Пушонкова). Мета платформи – розвинути міждисциплінарну основу вивчення сучасної візуальної культури, створити умови для інтеграції сучасних арт-практик та наукових дисциплін, що дозволить оволодіти навичками опису та аналізу візуальних образів, отримати інструментарій для використання візуального матеріалу в інтердисциплінарних дослідженнях та для проведення соціального експерименту. Важливим завданням є формування розширених можливостей естетичного сприймання та візуального мислення, дослідження засобів поглиблення історизму візуального мислення, відчуття зв'язку поколінь, спадковості традицій у часі.

Проекти дають можливість адаптувати нові знання до динамічних змін сучасної культури, працювати в індустрії творчості в умовах нової парадигми споживання і виробництва, включають нові сфери – моду, телебачення, дизайн, медіа-мистецтва, урбаністичні простори, створюють проблемне поле для інтерпретації візуальних артефактів і концепцій візуального. Основними активами стають бренд, імідж, стиль, соціальне проектування.

Платформа побудована на взаємній детермінації навчальних курсів з філософських дисциплін та практично орієнтованих напрямів «Мистецтво та естетичне сприймання», «Черкащина: відома і невідома історія», «Кіноклуб Центру гендерних досліджень і

комунікацій», «Гендерні відносини: архетип, стереотип, ідентичність», «Філософія художньої творчості як школа візуальної герменевтики: творчі зустрічі, інтерв'ю, персональні виставки».

У рамках напряму проводяться конференції, наукові семінари, самоосвітні заходи, виставкові та соціально-орієнтовані проекти, тренінгові заходи.

На основі спільних проектів з Черкаським обласним музеєм студентами було організовано та проведено соціально-орієнтовані молодіжні заходи «Картонна коробка-1» (2012), «Грані часу» (2013), «Бабусина скриня» (2014), «Україна моїми очима» (2014), «Антилюдина або «Картонна коробка -2» (2015), «Я-традиція» (2016); «Залежність» (2017); в простір університету впроваджуються виставкові проекти «Жіноча суб'єктивність» (Т. Сосуліна), «Філософія любові» (Є. Васильченко); проводяться творчі зустрічі з художниками (М. Гладьком, В. Цимбалом, О. Шепенським, М. Дзвоником, Т. Сосуліною та ін.)

Участь у проектах дає можливість формувати визначати смисли культури візуальними засобами, створювати умови для соціального експерименту.

Результати є можливість висвітлити на сторінках Музейного альманаху (1-9 випуск) та Матеріалах Всеукраїнської конференції з візуальної культури, яка традиційно проводиться раз на два роки у спільному форматі з фестивалем графічного дизайну та сучасного мистецтва. Конференції присвячено актуальним проблемам сучасної візуалогії, її філософським, психологічним, мистецтвознавчим аспектам; спрямовано на формування візуальної грамотності, компетентності та проектного мислення:

«Візуальність в умовах соціокультурних трансформацій» (2009);

«Візуальність у контексті культурних практик» (2011);

«Візуальність в українській культурі: статус, динаміка, контексти» (2013);

«Екологія візуальності: стратегії, концепти, проекти» (2015);

«Музей як візуальний текст культури» (2017).

Участь у програмі дає можливість здобути навички для роботи як в практичній сфері культури (креативний менеджмент, арт-куратор, керівник соціально-орієнтованого проекту, спеціаліст з питань культурної політики) так і в галузі вивчення теоретичних аспектів розвитку візуальної культури та семіотичних форм її існування.

Теми, які замовляються для обговорення можуть також відображати культурні пріоритети країн прийому (студенти з яких навчаються в нашому вузі).

Програма забезпечується кафедрою філософії та релігієзнавства ННІ міжнародних відносин, історії та філософії ЧНУ ім. Б. Хмельницького

## **СОЦІАЛЬНО-МИСТЕЦЬКИЙ ПРОЕКТ «ЧЕРКАСИ В КОЛЬОРІ»**

**А. В. Алексанова**

*завідувач відділу науково-освітньої роботи ЧОХМ*

Останні десять років ми спостерігаємо за стрімким розвитком музеїв. Із консервативної інституції вони перетворюються у культурні центри. Музеї ламають стереотипи: постійно шукають нові нестандартні підходи у популяризації музейних колекцій, у наданні культурних послуг, створюють нові культурні продукти. Вони розширюють власні кордони, залучають до своєї діяльності нових партнерів:



формуються нові відносини, нові партнерські зв'язки. Зараз у сучасному світі музеї важко відмежувати від суспільного життя. Тому однією із форм роботи у діяльності музею стали мистецькі проекти із соціальною складовою. Прикладом вдалого проекту Черкаського обласного художнього музею можна вважати соціально-мистецький проект «Черкаси в кольорі».

У 2018 році в День міста Черкаси Черкаський художній музей у співпраці з Громадською організацією «Українська творча спілка «Три крапки» презентували соціально-мистецький проект «Черкаси в кольорі».

Як обласний центр місто Черкаси достатньо молоде (хоча засноване понад 700 років тому назад). Воно все ще не достатньо представлене у мистецтві, а його візії вимагають нових формувань. Головна ідея проекту – створення позитивного візуального (мистецького) образу міста Черкаси. Метою проекту стало створення культурного продукту – яскравого образу міста через різноманіття візуальних образів.

Виховання любові до свого міста як своєї маленької Батьківщини відбувається перманентно саме засобами візуального мистецтва. Тому від самого початку було задумано реалізовувати проект через залучення до спільної творчої праці дітей та молоді. Вони майбутнє міста, їм жити і творити у нових Черкасах.

Робота над проектом тривала протягом шести місяців, починаючи з березня 2018 року. Черкаська молодь, переважно студенти творчих факультетів навчальних закладів міста, взяли участь у розробці плакатів до теми проекту.

Не всі створені проекти були представлені 15 вересня під час акції до Дня міста. Розгляд пропозицій, остаточне затвердження та відправлення на друк відбувся на початку вересня 2018 року. Відібрано найбільш цікаві, креативні та якісно виконані проекти. Основна частина представлених плакатів – роботи студентів відділення дизайну Черкаського державного бізнес-коледжу та студентів КНУТД.

У місті Черкаси є споруди, які мають унікальну архітектурну цінність. Студенти відділення дизайну Черкаського державного бізнес-коледжу розробили проекти – графічні зображення відомих споруд, а також місць відпочинку нашого міста. На основі студентських робіт, створених в рамках проекту підготовлені до друку розмальовки в різних форматах (А-1, А-2, А-3, А-4), які було запропоновано розмалювати всім бажаючим – учасникам Акції «Черкаси в кольорі».

Свято відбулось 15 вересня 2018 року перед Черкаським обласним художнім музеєм з 10.00 до 17.00. Перед музеєм розгорнуто виставку студентських плакатів «Брендинг міста Черкаси». Розмальовки закріплені на планшетах, встановлено на мольбертах, а також розкладено на столах на площі біля музею, а також у виставковому залі Черкаського обласного художнього музею, де розгорнуто виставку дитячих робіт до 40-річчя ЧДХШ ім. Д. Нарбута. Заздалегідь були підготовлені необхідні матеріали: пензлі фарби, олівці, воскові олівці.

Проект «Черкаси в кольорі» мав ще одну складову: протягом проекту було створено п'ять творів, присвячених місту Черкаси. Над ними працювали п'ять відомих професійних черкаських художників та майстрів: Володимир Яковець, Микола Маценко, Ігор Солодовніков, Олександр Шенельков та Ольга Отнякіна-Бердник. Кожний художник добре знайий у місті та в Україні, має власний пізнаваний почерк, роботи відрізняються технікою виконання, мають особливий колорит, фактуру, тощо.

На початку проекту художники визначалися з архітектурними спорудами міста Черкаси, розробили концепт за власним баченням. Будівлі сфотографовано та надруковано на полотні. Створено п'ять чорно-білих постерів розміром 130x200 см. Над творчими роботами на підготовлених полотнах митці працювали протягом травня-серпня.

Микола Маценко обрав будівлю Черкаського обласного художнього музею. Він

створив роботу в стилі одного з власних проєктів «Мать городов». Автор ніби дивиться на будівлю музею з майбутнього. Музей на творі виглядає у вигляді руїн, цигуючи автора: «...культурного шару, який залишиться, як римський Колізей». Будівля музею ніби оповита жовтим туманом: окремі елементи надрукованої на полотні будівлі при художній обробці «стираються», становляться невидимими глядачеві. Автор використовує власну техніку, поєднує плоттерний друк на полотні та живопис (у даному випадку акрилом).

Палац одружень, колишній будинок грабаря А. М. Щербини для втілення власного проєкту обрав відомий черкаський художник Володимир Яковець. Основою концепту роботи Володимира Яковця став його погляд на шлюб, шлюбні відносини. У деяких випадках – це щастя, у деяких певні обмеження, іноді, навіть, грати. Яким би не були шлюбні стосунки, але це завжди зобов'язання: приємні, у деяких випадках обтяжливі. На роботі Палац одружень проглядається через мережеві ґрати. На тлі монохромної фотографії митець зображує різнокольорову решітку (не цілісну та не шлісну), що нагадує мереживо. Використовує акрилові фарби яскравих кольорів: рожеві, блакитні, білі.

Цікавий концепт запропонував глядачеві черкаський художник Олександр Шепеньков. Він обрав будівлю редакції обласної газети «Черкаський край». У роботі Олександр поєднав різні техніки: фотографію, живопис (акрил) та колаж. Художник через смуги, геометричні фігури, кольори показує сучасний комунікативний світ, багатий зустрічами, розмаїттям зв'язків та відношень, наповнений спілкуванням, часом надлишком інформації. У вигляді кола Олександр зображує людину, кожна різна за розміром, за наповненістю, за кольором, інтенсивністю забарвлення: є круги об'ємні, є плоскі, є пусті, тощо. Але у кожної людини власний шлях, шлях художник зображує у вигляді смуг. Тому смуги різні: широкі, вузькі, яскраві, темні, сірі, напівпрозорі. Ми всі спілкуємось, отримуємо інформацію, незалежно від значущості події через пресу, радіо, телебачення, мережі Інтернету. У будівлі довгий час розташована редакція обласної газети «Черкаський край». Газета виходить у друкованому вигляді та має Інтернет-видання. Тому у роботі ми бачимо елементи комунікації, ніби вкарбовані уривки фраз, цитати з газетних публікацій.

Пам'ятка архітектури XIX століття, Особняк лісничого (архітектор А. Руска), зберігся до нашого часу майже в первісному вигляді. Він здається одноповерховим, хоча має два поверхи, перший – цокольний. Знаходиться будинок по вулиці Небесної Сотні, 4. Зараз тут розташований Черкаський академічний театр ляльок. Художник Ольга Отнякіна-Бердник обрала саме цю будівлю для створення своєї роботи, яку назвала «Диво-театр із диво-звірами». Вона зобразила відкриття чергового театрального сезону. Фантастичні звірі поспішають до театру на прем'єру. Господар маєтку Кіт-Лісничий зустрічає гостей. Сова-художній керівник спостерігає з балкону за театралами. Олень-директор в очікуванні початку вистави. Біля входу – адміністратори. У вікнах театру можна побачити останні приготування, а на даху вже розпочинається дійство... За задумом Ольги Отнякіної-Бердник було б гарно облаштувати територію біля театру, створити Лялькову галерею: розташувати диво-звірів у вигляді скульптур. Діти будуть грати, ґратися та фотографуватися на пам'ять. Тоді Диво-звірі ніби зійдуть із картини, перейдуть у реальність.

Візитівкою Черкас вважається «Блакитний палац», колишній готель «Слов'янський». Будинок розташований на розі вулиць Хрешатик та Остафія Дашковича. Саме його обрав черкаський художник Ігор Солодовніков. Робота сприймається як живописна (художник працює олійною фарбою), у кінцевому результаті на полотні залишився тільки маленький елемент фотографії – знак дорожнього руху: пішохідний перехід.

Твори Ігоря Солодовнікова відрізняються яскравістю, наповнені контрастними насиченими кольорами. Працюючи над проектом Ігор підсилює емоційне сприйняття: жарке червоне сонце, що ніби забарвлює небо у гарячі відтінки та підкреслює красу блакитної будівлі.

Вперше ці роботи було презентовано під час мистецької акції до Дня міста на площі біля Черкаського обласного художнього музею. Зараз вони прикрашають холи Черкаського міськвиконкому. Є задум продовжити пілотний проект, зробити більш масштабним, розширити його до щорічної події.

Проект мав великий резонанс у місті. Велику зацікавленість до студентських проектів з брендінгу виявив мер міста. За його думкою деякі вдалі проекти можна було використовувати для рекламування міста, створення сувенірної та презентаційної продукції.

Проект реалізовано у завдяки міській програмі виділення грантів у галузі культури міста Черкаси.

## **ПРАКТИКИ СПРИЙМАННЯ МИСТЕЦТВА (З ДОСВІДУ ПРОЕКТІВ ЧЕРКАСЬКОГО ОБЛАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ)**

**Н. О. Левочко**

*магістрантка ННІ педагогічної освіти,  
соціальної роботи та мистецтва ЧНУ ім.Б.Хмельницького*

У Черкаському обласному художньому музеї з 2017 року діє інтерактивна просвітницька платформа. Вона включає різноманітні заходи, які поєднує саме поняття інтерактивності, що передбачає освоєння нових форм музейної роботи, комунікації.

Останнім часом сучасні музеї впроваджують різні практики сприймання мистецтва, враховуючи те, що глядач потребує нових форм діалогічної взаємодії. Світ ускладнюється, способами отримання нового знання й естетичних вражень стають зіштовхування різних пластів реальності та створення ситуації комунікації. Розглянемо це на кількох прикладах музейних заходів.

Наприкінці березня 2018 в Черкаському художньому музеї відбулося обговорення виставки-дослідження «Щось цікаве...» – спільного проекту Агати Кравченко та Олександра Шепенькова, куратором якого є відомий в Україні та за її межами художник Володимир Яковець. Природу абстрактного мистецтва було розкрито на співставленні творчості дорослої людини і трирічної дитини, спробували дати відповіді на питання, чому досвідчені художники у ХХ ст. звертаються до дитячого стилю? Чи мають такі твори естетичну цінність? Картини Агати та Олександра, їх неусвідомлена складова, спонукали звернутися до арт-брюту, «мистецтва без домішку культури». Арт-брют (Жан Дебюффе, 1945) – творчість маргіналів та тварин. Як бачить світ дитина, яка ще не відділила себе від світу та творить майже повністю несвідомо? Канадська художниця Рут Остерман вважає, що дитина не може зобразити світ як дорослий, проте дорослий може вгадати, що дитина хотіла зобразити. На цьому переконанні вона створила творчий діалог з донькою Євою.

Український вчений Ф. Шміт рекомендував розвивати уяву не лише на основі копіювання, а й «вільної творчості». Зорова уява розвивається у русі від дотичності до оптичності через моторику. Дитячі каракулі – перша спроба зобразити видиме. Дитина поєднує простір з об'єктивно існуючими предметами, їй властиві неповторно-індивідуальне почуття ритму, кольору, композиційного заповнення простору. Дорослий творить більш свідомо (Р. Барт), тоді як для дитини характерною є повна необмеженість у використанні засобів. О. Шепенькова ж цікавлять не стільки об'єкти, скільки відносини між ними, стани й процеси: плинність часу, взаємопоглинання, взаємовідштовхування, взаємне тяжіння, дифузія. Отже дитяче світосприйняття здатне дещо розвантажити мистецтво, адже код безпосереднього творчого стану нами втрачено, хоча його намагаються відновити у техніках спонтанної імprovізації, у наслідуванні дитячому стилю малювання (Сай Тромблі, Хуан Міро та ін.). На думку В. Яковця, абстракція потребує великої майстерності й культури сприймання.

На наш погляд, у цьому проєкті не вистачило певної естетичної провокації, адже одразу було видно роботи професійного художника. При цьому інтрига була в іншому – ці роботи було презентовано в одному виставковому просторі «на рівних».

Нова форма комунікації в музеї – аналіз однієї картини в контексті соціально актуальної теми. У березні 2019 року відбулась подіумна дискусія на тему “Прокрастинація або синдром «відкладеного життя»” (організатор – О. А. Пушонкова). Співкери-експерти: практичний психолог, соціальний працівник, філософи, музеєзнавці. Проблему прокрастинації було розглянуто з різних точок зору, і як звичайну психологічну проблему відкладання справ на невизначений строк, і як проблему тайм-менеджменту та особливостей емоційної організації людини, і як філософію апатії. Філософи звернулися до історії: східної нірвани та аскези, античних понять апатії, автаркії, атараксії, де ідея прокрастинації має зовсім інше смислове навантаження, ніж для сучасної людини.

Модераторами було обрано картину з фондової колекції музею, яка також виступила агентом дискусії з заданої теми. Музеолог Марина Бугеря та мистецтвознавець Наталія Ребякова зробили мистецтвознавчий аналіз картини Миколи Дзвоника «Біла похиленої хвіртки» з фондової колекції Черкаського обласного художнього музею, центральним візуальним образом якої є лабіринт. Саме інтерактивне обговорення картини стало для відвідувачів ключовим стосовно розуміння прокрастинації, адже кожен в ній побачив свій варіант відповіді.

У червні 2019 року з нагоди Міжнародного Дня батька у привітних стінах музею Данила Нарбута відбулась подіумна дискусія «Життєві сходи: діалог поколінь». Соціолог Наталія Пліс розповіла про сучасну теорію поколінь та проблеми міжпоколінного діалогу. Візуальним репрезентантом заходу на цей раз стала картина черкаського художника Олександра Шепенькова «Життєві сходи». Вибір картини був обумовлений тим, що вона несе в собі пряму архетипальну символіку родини та ідею екзистенції життєвого шляху. На заході був присутній сам художник, який через виступи спікерів-експертів: психолога, історика, мистецтвознавця, філософа мав можливість долучитися до глядацьких рефлексій власної творчості. Цікавим був пошук схожих міфологем в історії мистецтва, естетиці та ідея перехідності і транзиту. Відбулося розкриття широкого поля інтерпретацій драбин-сходів через образи дерева, хреста, коловрату, обговорення проблеми сакральності традиції, здолаття стереотипів сприйняття у розкритті візуального коду картини.

Отже, новітні практики сприймання мистецтва, що включено в актуальні соціальні проєкти, дозволяють авторській картині, що є самодостатнім цілим, виступати також рівноправним агентом сучасної соціокультурної комунікації.

## ВІЗУАЛЬНО-ПЛАСТИЧНА МОВА СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ САМОВІДЧУТТЯ ЛЮДИНИ НА ПРИКЛАДІ ТВОРЧОСТІ МАРІЇ КУЛІКОВСЬКОЇ

**Н. В. Чумак**

*пошукач кафедри філософії ХНУ ім.В.Каразіна*

Сучасне мистецтво відображає процеси, які відбуваються в духовному світі людини, яка переживає свій біль і непорозуміння з оточуючим її світом. В усі часи основною функцією мистецтва було задоволення духовних потреб людини. Якщо цим потребам не приділялось значної уваги в суспільстві, мистецтво починало виконувати терапевтичну функцію, таким чином вказуючи на хвороби суспільства та супутні негативні явища.

Українське мистецтво, яке є складовою як загально європейських культурних явищ, так і своєрідним породженням суспільно-політичних, національних та духовних процесів, які відбуваються в Україні, відображає проблеми світосприйняття сучасного українця, пов'язані з неоднозначними політичними процесами, трансформацією морально-етичних цінностей та зниженням духовного та естетичного компоненту свідомості людини-конс'юмера. Найбільш вразливим в цій ситуації стає самовідчуття людини, яке, «змушене працювати на створення адаптивних властивостей для гармонізації стосунків людини зі змінюваним світом» [3].

Візуально-пластична мова сучасного мистецтва через різні канали світосприйняття відображає всі аспекти духовного стану суспільства і окремої людини: відчуженість від тіла, проблема смерті та швидкоплинності життя, невпевненість в собі та страх перед оточуючою дійсністю, знецінення людського життя та перетворення людини на річ або товар. Всі ці моменти знайшли відображення в творчості української художниці-скульптора Марії Куліковської.

Свої скульптурні композиції авторка замислювала спочатку з ціллю відображення ідеї хрупкості тіла, розуміння тілесності та природи жінки, але у зв'язку з трагічними подіями в Україні, які торкнулися її життя та творчості, її мистецтво прийняло характер виклику та протесту проти існуючої дійсності. Дослідники творчості Марії Куліковської вказують на «розшарування свідомості», яке виникає з одного боку як можливість подивитися на себе зі сторони, а з іншого – розгубленість, конфліктність у самосвідомості художниці, які пов'язані із постійною втраатою та пошуком ідентичності людини в сучасному світі. Матеріалом для скульптурних композицій художниці є мило, сіль, тобто ті речовини, які не витримують впливу часу. Власне тіло Марія Куліковська використовує для створення перформансу, як засобу привернути увагу до болючих проблем суспільства та самовираження. Основне питання, на яке намагається знайти відповідь М. Куліковська, – це питання про простір та осмислення себе в цьому просторі. Художниця осмислює себе, перш за все, як політичне тіло. І цей вектор осмислення є характерним для візуально-пластичної мови української культури. Пошук себе через екстравертні форми самовираження, а не поглиблення в свій духовний світ свідчить про внутрішній конфлікт людини з самою собою та оточуючим світом. Осмислюючи себе як політичне тіло, М. Куліковська вважає, що тільки таким чином вона може в суспільстві отримати свободу. І саме в такому контексті її пластичне самовираження стає симулякром. Однею з ознак симулякра, по Ж. Бодрийяру, є намагання довести реальне через уявне, істину через скандал, закон через порушення. [2] В перформансі

«Омовіння/Lustration» М. Куліковська змилювала свого клона-копію, виготовленого з мила, демонструючи акт очищення, жертвопринесення. «Змивати власне обличчя з самої себе – це дуже болісно: і фізично, і морально», – визнає художниця. Цей процес дуже схожий на описаний Ж. Бодрийяром: «Шукати свіжі сили у своїй власній смерті, відновлювати цикл через дзеркало кризи, заперечення та антивладу – ось єдиний вихід-алібі любові до влади, любого інституту, який намагається розірвати порочне коло своєї безвідповідальності та свого фундаментального неіснування, свого псевдозмісту і своєї псевдосмерті». Самознищення навіть у образному сенсі не має естетичного змісту і свідчить про тяжку хворобу самосприйняття. Ці процеси взагалі характерні для візуально-пластичної мови сучасної української культури, що в цілому відображають такі проблеми як втрата цілісності самосприйняття і самовідчуття; розрив між тілесністю та духовністю; споживче відношення до тіла, як тіла політичного; «зняття асиметрії між ідеалом та наявним буттям шляхом гіпостазування цієї асиметрії навіть до химерно-потворних форм» [1]

#### **Література:**

1. Аккаш О. Сучасне візуальне українське мистецтво у категоріях теоретичної естетики (феноменологічний аспект), с.45-50 (DOI: <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152198>)
2. Бодрийяр Жан Симулякри и симуляция / [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)
3. Пруденко Я. Д. Естетична природа постмодерністського «німого кіно», автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук, Київ, 2008, с.1

## **МУЗЕЙНА ЕКСПОЗИЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СВІТОСПРИЙНЯТТЯ ШКОЛЯРІВ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНО-ОСВІТНІХ ЗАХОДІВ (З ДОСВІДУ РОБОТИ ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ О. С. ПУШКІНА І П. І. ЧАЙКОВСЬКОГО)**

**О. А. Мушта**

*завідуючий музеєм О.С.Пушкіна і П.І.Чайковського  
Кам'янського державного історико-культурного заповідника*

У світі сучасних інформаційних технологій, масової «діджиталізації» та «гаджеталізації» побутового простору населення, всебічного використання електронних носіїв та ресурсів постає необхідність, з одного боку, гармонійної експлуатації новітніх здобутків науково-технічного прогресу, а з іншого – пошуку адекватної альтернативи, яка якісно не поступатиметься, а то й перевищуватиме створені технічні інновації. Така проблематика, в першу чергу, стосується навчально-виховного процесу.

Наявність та застосування медіановинок й електронних помічників уже є нормою і по-суті життєвою необхідністю заради максимально повної подачі того чи іншого навчального матеріалу. Однак, звісно, насиченість будь-чим – технікою, однотипною манерою проведення уроку – з часом втомлює свідомість учня, що потребує пошуку інших форм викладу інформації. Одним із таких позашкільних видів навчально-освітньої діяльності є проведення пізнавальних заходів у музейних закладах.

Організація окремих навчальних занять для школярів є складовою частиною роботи музейного працівника. Подібні форми роботи у літературно-меморіальному музеї О.С. Пушкіна і П.І. Чайковського (м. Кам'янка, Черкаська обл.) періодично практикувались ще з 1950-х рр. – після відновлення повноцінної роботи закладу (утвореного ще у 1937 році), перерваної в часи нацистської окупації 1941 – 1944 рр. Особливо яскраво в цьому контексті виокремлюється період 1970-1980-х рр., під час якого до Кам'янки з'їжджались маса відвідувачів з різних міст та містечок світу, а працівники музею, паралельно з проведенням численних екскурсій, організовували читання лекційних занять для учнів шкіл міста та сіл всього Кам'яньського району. Зазначимо, що ці тематичні заходи проходили як в самому музеї, так і безпосередньо й у навчальних закладах [1].

Динаміка проведення подібних просвітницьких дійств у музеї О.С.Пушкіна і П.І.Чайковського сповільнилась у 1990-х рр. Після здобуття Незалежності України та формування нової лінії культурно-світоглядної ідентифікації на перший план вийшли сукупні економічні проблеми та життєва необхідність закріпитись у переформатованому гуманітарному просторі. І лише після утворення у 1995 році Кам'яньського державного історико-культурного заповідника, куди увійшли літературно-меморіальний музей О.С.Пушкіна і П.І.Чайковського, історичний музей, картинна галерея, парк ім. Декабристів та Тясминський каньйон, ситуація більш-менш стабілізувалася [2]. Відповідно, раніше впроваджена практика проведення тематичних та навчальних занять у музеї поволі почала відновлюватись.

Особливо зросла кількість заходів (як і актуальність їхнього проведення) після початку вторгнення російських військ в Україну в 2014 році. Існуючі перед початком російсько-української війни зв'язки з посольством Російської Федерації та різними пропагандистськими культурними товариствами керівництвом Кам'яньського заповідника були односторонньо розірвані, відповідно наважна співпраця повністю припинилась, вимагаючи зосередження на своєму власному мистецькому бренді та його просуванні на всеукраїнському та міжнародному рівнях [3].

В контексті вищесказаного збільшення навчальних занять у стінах музею Пушкіна і Чайковського мало на меті реалізацію кількох цілей: 1) національно-ідеологічну – поширення знань про українську історію та її видатних діячів у часи боротьби за її цілісність і суверенітет; 2) навчально-практичну – загальне розширення тематики заходів для стороннього слухача та самовдосконалення на цьому фоні музейних працівників; 3) комерційну – реалізація однієї зі статей у переліку платних послуг заповідника.

Слід зазначити, що, незважаючи на «вивіску» назви «літературно-меморіальний музей О.С. Пушкіна і П.І. Чайковського», його працівники не обмежують лише вузько-тематичною сферою дослідницької та просвітницької роботи. Тому тут проводяться абсолютно різні за спрямованістю навчальні заходи: історія декабристського руху, політичні репресії 1920-1930-х рр., особливості життя та діяльності українських письменників, дитячі ранки пам'яті О. Пушкіна і П. Чайковського та ін. [4].

Як зміст, так і форма проведення даних навчальних заходів знайшла багато позитивних відгуків у педагогів й учнів, що має результатом нині продовження практики організації різних тематичних занять та лекцій саме безпосередньо в музеї [5]. Чим викликана така тенденція?

Будь-який колектив людей зникає до тих умов, у яких постійно перебуває (працює, проживає, навчається). Так і для учнів шкіл – один і той же кабінет, вчителі, навіть вищезгадані технічні новинки з часом стають дуже звичними та банальними. За таких обставин потрібно хоча б зрідка щось змінювати, щоб засвоєння знань продовжувалось всебічно та ефективно. На фоні таких обставин стає корисно проводити навчальні

заняття саме у музейному закладі.

Урок у класі та урок у музеї – два схожі за змістом заходи, але заняття, проведені в музейних кімнатах, мають свої особливості. Вже сам факт зміни місця, де відбувається той чи інший захід, природно викликає зацікавлення або ж почуття непередбачуваності для учнів. Відповідно, чимало їхніх думок та зусиль під час проведення цього нестандартного навчального дійства буде спрямовано на формування комфортних для себе умов в іншому, незвичному для них приміщенні. Таку ситуацію можна сміливо використати для висвітлення навіть складної інформації, враховуючи зовсім нетривалий час перебування дітей на новому для них об'єкті. Головне, за даних обставин, щоб фактор несподіванки спрацьовував, означені навчальні акції у музеї необхідно проводити періодично з проміжками у часі як мінімум тижднів, оскільки постійні відвідування музею призведе до приривчання дітей до нових умов.

У музейних залах колектив школярів, як аксіома, змушений себе поводити більш скромно та внутрішньо-організовано. Навчальна кімната школи із банальними візуальними об'єктами – партами, стінами, вікнами, дошкою, – де все знайоме і вивчене й де школяр почувається як у себе вдома замінюється музейною експозицією з картинами, книжками, меблями (у музеї Пушкіна і Чайковського – це відтворення меморіальної кімнати ХІХ ст.), що природно стимулює кожного поводитися обережно та бути загально уважним. Це стає ще одним чудовим підґрунтям для кращого прослуховування матеріалу та його якісного засвоєння.

Звичайно, що обидва вказані природні фактори актуалізації уваги мислення учнів за допомогою візуальних об'єктів музейних закладів діють лише тимчасово і без якісного викладу підготовленого матеріалу не можуть стати головними складовими засвоєння необхідної пізнавальної інформації. Тому відповідна кваліфікована підготовка, звісно, необхідна, щоб скористатись перевагами музейної експозиції для викладу тих чи інших відомостей.

Важливо за таких обставин максимально застосувати експонати залів під час проведення навчального заняття. Наприклад, в ході організації дитячого ранку пам'яті П. Чайковського діти мають можливість почути звучання роялю родини Давидових, на якому під час приїзду до Кам'янки грав композитор. Під час проведення тематичного заняття про політичні репресії 1930-х рр. на терені Кам'янського краю співробітники музею звертають увагу учнів на одну з вітрин зі шпатуго декабриста Василя Давидова, адже цю зброю подарував кам'янчанин Б. Узленко – жертва політичних переслідувань, який провів 10,5 років у таборах ГУЛагу. Подібних прикладів безліч. Такий зв'язок між розповіддю та експонатами забезпечує потрібну гармонію заради гарного запам'ятовування різнобічної пізнавальної інформації.

Проведення заходів у музеї та використання його різноманітних внутрішньо-естетичних принад не означає відмови від використання новітніх технічних засобів. Звісно, в окремих випадках, при організації вузько-тематичних заходів («Знайомство з музеєм», «Кам'янська управа Південного товариства декабристів», «Дитячий ранок пам'яті П. І. Чайковського»), сучасні медіановинки просто непотрібні, оскільки їх прямо чи опосередковано замінюють експонати, які найкраще допомагають розкрити ту чи іншу проблематику. Однак, в більшості випадків, під час проведення навчальних занять у музеї Пушкіна і Чайковського, наукові співробітники активно використовують «технічних помічників». У поєднанні з іншими візуальними приладами музейного закладу це дає можливість ґрунтовно та повно викласти матеріал з певної політичної, економічної чи літературної тематики сторінок історії рідного краю та України в цілому.

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що експозиція музейних залів є чудовим об'єктом візуального сприйняття, що і стимулює активне використання



таких переваг для організації тут навчально-тематичних заходів. Саме через позитивні передумови у мобільних, аудіальних, зорових та чуттєвих факторах, викликаних особливістю інтер'єру меморіальних кімнат, педагоги, учні та працівники музею взаємовигідно практикують проведення таких занять заради розширення асортименту тем та ліпшого засвоєння знань. Все це дозволяє постійно використовувати музейний заклад у пізнавально-виховній діяльності, ідентифікуючись у системі суспільних координат як складова частина навчально-освітнього процесу.

#### **Література:**

1. *Матеріали польових досліджень автора (далі – МПДА). – Спогади Бабенка Валерія Володимировича, 1939 р.н., мешканця м.Кам'янка, Кам'янського району, Черкаської області.*
2. *МПДА. – Спогади Таран Галини Михайлівни, 1954 р.н., мешканки м.Кам'янка, Кам'янського району, Черкаської області.*
3. *Кам'янський державний історико-культурний заповідник [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://kamtmuz.ucoz.ua/index/0-2>.*
4. *У вересні учні 6-9 класів відвідали в Кам'янському музеї тематичне заняття “Життєвий шлях та діяльність видатного українського громадського та релігійного діяча Андрія Шенцицького” [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://rebedailivka.edukit.ck.ua/shkiljne\\_zhittya/](http://rebedailivka.edukit.ck.ua/shkiljne_zhittya/).*
5. *У Кам'янському заповіднику відбулося тематичне заняття “Знайомство з музеєм” [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://culture.ck-oda.gov.ua/regions/item/1450-u-ka>*

## **ДО ПИТАННЯ ІКОНОГРАФІЧНОЇ ПРОГРАМИ ВІВТАРНОЇ КАРТИНИ «МАДОННА ІЗ ЗАВІСОЮ» З КОЛЕКЦІЇ ЧЕРКАСЬКОГО ОБЛАСНОГО ХУДОЖНЬОГО МУЗЕЮ**

**О. М. Подосьонова**

*головний зберігач фондів ЧОХМ*

Вівтарний комплекс католицького храму – ретабль (від лат. *retrotabulum* – «запрестольний») – формується в Італії в період інтернаціональної готики і являє собою багатоярусну архітектурну споруду, що включає об'єкти живопису та скульптури в обрамленні готичних архітектурних елементів. Прообразом ретабля вважають декорований ковчег-мощевик, який встановлювався як «престол Божий» у просторі вівтаря ще за ранньохристиянською традицією катакомбних храмів [1]. Основною програмою ретабля була презентація усіх головних святих на чолі з Христом і Дівою Марією, вшанованих в католицькому храмі або приватній родині донатора.

У період Раннього Відродження ретабль представляв собою диптих, іноді поліптих з рухомими стулками, предделюю і був декорований готичними навершнями у вигляді пінаклів. Замовниками ретаблів були церкви, монастирі, а також власники замків, вілл і палаццо, в архітектурну структуру яких входили приватні каплиці. Розквіт вівтарної картини як окремого явища релігійного живопису припадає на середину XV століття і пов'язаний з творчістю відомих майстрів Відродження Джованні Белліні, П'єро делла Франческа, Сандро Боттічеллі, Козімо Тура.

У період Високого Відродження остаточно утверджується новий тип ретабля, форма якого, поступово спрощуючись, нагадує прямокутне панно або картину великого розміру. У ній автор має можливість виявити свою творчу уяву та власну майстерність у побудові складних багатофігурних композицій, створенні візуальних ефектів, знанні перспективи. Автор також отримує право на вибір та власну інтерпретацію біблійного сюжету. Слід зауважити, що всі ці творчі пошуки твердо ґрунтувалися на традиції, богословському каноні та обумовлювалися бажанням замовника. У вітварній картині цього періоду, крім загального зменшення триумфально-репрезентативного пафосу, ми помічаємо схильність до зображення апокрифічних сюжетів, певну «демократизацію» святих образів, пильну увагу до зовнішності і характеру персонажів, наростання інтересу до емоційного стану героїв, людської природи їхніх переживань. Також важливим явищем вітварної композиції періоду зрілого Відродження слід визнати появу жанрово-алегоричних мотивів, які стають цінними художніми явищами в контексті подальшої історії розвитку окремих жанрів, готуючи основу для живопису періоду Реформації, караваджизму.

У колекції італійського живопису Черкаського художнього музею зберігається копія твору урбінського майстра Високого Відродження Рафаеля Санті (1483–1520) «Madonna dell'Impranata» («Мадонна із завісою»). Твір репрезентує основні аспекти та проблеми розвитку вітварної картини в період зрілого Ренесансу в образотворчому мистецтві Італії.

Оригінал твору «Мадонна із завісою» був виконаний Рафаелем та учнями його майстерні як вітварна картина на замовлення флорентійського банкіра Біндо Альтовіті і тепер зберігається в галереї Палатіна в Палаццо Пітті, Флоренція. Панно було конфісковано у сім'ї банкіра флорентійським герцогом Козімо I Медичі для своєї каплиці. У період наполеонівських воєн «Мадонна із завісою» як трофей побувала в Парижі, звідки була повернута до Італії у 1815 році. Вітварну картину «Мадонна із завісою», створену в останній період творчості Рафаеля, характеризує складне компонування багатофігурної сцени. Художник використовував композиції, схематично уподібнені ідеальним фігурам, які символізують Вічність: коло, квадрат, трикутник. Рафаель був бездоганим майстром просторової побудови як пірамідальних композицій, так і подібних до кола («Мадонна Альба», НГ, Вашингтон або «Мадонна зі щигликом», Уффіці). У «Мадонні із завісою» майстер з'єднав обидва композиційні типи: схему картини можна уявити як у вигляді рівнобедреного трикутника, основою якого є дві нижні фігури, так і у вигляді кола, вписаного у прямокутник. Тяжіння до правильних геометричних форм дозволяло художнику знайти ідеальну гармонію у співвідношенні частин і цілого, що постає символом божественного джерела краси навколишнього світу.

Рух композиції запускається вказівним перстом лівої руки Іоанна Хрестителя і ведеться по колу за годинниковою стрілкою. Таким чином, позачасовим центром картини постає фігура оголеного немовляти Ісуса. Його постать обрамлена двічі: ще одне «обрамлення» утворене сплетеними руками головних жіночих персонажів картини. Це з'єднання рук є композиційним «віддзеркаленням» арки вікна. Утворюючи ідеальну архітектурну дугу, на якій покоїться тіло Христа, майстер зміцнює загальну архітектоніку композиції. Без сумніву, цей прийом має важливе символічне значення в композиції вітварної картини, адже особа Діви Марії в гімнах, літаніях оспівується як «престол Бога» на землі. Ускладнюючи свій задум, майстер розміщує головні жіночі постаті певним чином, утворюючи композиційну діагональ. Цей прийом спрямовує погляд глядача з лівого нижнього кута у правий верхній кут, від землі до небес, символом яких є фрагмент освітленої арки вікна.

Твір Рафаеля був широко відомий глядачам ще за життя майстра. Першим про «Мадонну із завісою» згадає у «Життєписах найбільш знаменитих живописців, скульпторів і зодчих» Дж. Вазарі. «Імпаннату», як одну з найвідоміших картин Рафаеля, почали копіювати ще у XVI столітті. Автором однієї з копій був художник з Болоньї Бартоломео Пассаротті (1529–1592). У Палаццо Веккіо знаходиться вівтарний триптих, центром якого є копія «Імпаннати», а боковими прямокутними ступками – зображення святого Даміана і Святого Косми Етолійського на повний зріст з портретними рисами Козімо I Медичі та Козімо Веккіо. Інша відома копія «Імпаннати» була виконана художником Франческо Ботті (1640–1711) як вівтарний образ для капели Корсіні церкви Санто-Спїріто, яка у ті часи була інтелектуальним і науковим центром Флоренції.

Виходячи зі скупих історичних даних, картина «Мадонна із завісою» та її копії подорожували як по Італії, так і по Європі. Повтор картини «Мадонна з завісою» знаходимо в музеї Прадо. Картина справедливо віднесена до майстерні Рафаеля і виконана його учнями в XVI столітті, зберігаючи техніку (дерево, олійний живопис) і розмір (163,5x127,5 см). Серед різночасових копій «Імпаннати» варто також пригадати копію, що списав французький художник Жан Огюст Домінік Енгр (1780–1867), який був палким прихильником творчості Рафаеля. Відмінність художнього виконання усіх цих копій очевидна навіть при простому візуальному порівнянні.

Досліджуючи іконографічні особливості твору «Madonna dell'Impannata», можемо дійти висновку, що Рафаель проявив себе як художник-інтелектуал свого часу: в типовому канонічному сюжеті «Св.Сімєйство» Рафаель зумів об'єднати теми «Maesta», «Anna metterza», «Sacra Conversazione» в одну великоформатну композицію, яка отримала складну поліфонічну смислову програму. Майстер виявив себе знавцем релігійних догм і канонів; він був обізнаний у типології релігійних сюжетів, знайомий з усіма складними аспектами іконографії, особливостями костюма, агіографії, необхідними для створення вівтарної картини. Водночас, використовуючи відомі іконографічні схеми і сюжети, Рафаель працював над пошуком нових оригінальних варіантів композиції вівтарної картини.

Рафаелю належить понад сорок картин із зображенням Мадонни з немовлям, які стали шедеврами світового живопису і джерелом натхнення для художників у найвіддаленіших куточках християнського світу. Яскравим художнім доказом цього факту є українська православна народна ікона з колекції Черкаського художнього музею «Богородиця Одигітрія» (4) написана невідомим майстром: вона датована серединою XIX століття і походить з села Тихі Верби Городищенського р-ну Черкаської області. В іконі головний убір Богоматері дуже нагадує смугастий тюрбан Марії у творах Рафаеля «Мадонна делла Седіа» і «Мадонна Альдобрандіні». Здобутки творчості Рафаеля були добре відомі українським художникам-іконописцям і суттєво збагатили скарбницю жіночих образів українського образотворчого мистецтва.

Література:

1. Бельтинг Х. *Образ и культ. История образа до эпохи искусства* : [Текст] / Х. Бельтинг. – М. : Прогресс-Традиция, 2002.
2. Вазари Дж. *Жизнеописание наиболее знаменитых живописцев, ваятелей и зодчих*. Гл. 142. – М. : АЛЬФА-КНИГА, 2008.
3. Подосьонова О.М. *Особливості розвитку вівтарної картини в період Високого Відродження (Рафаель Санті, майстерня Рафаеля «Мадонна із завісою», копія, ЧОХМ)* / О.М. Подосьонова // *Музейний альманах*. – 8-9. – С. 31-38.
4. ЧОХМ *Науковий паспорт КВ-4922 Ж-1421 народної ікони Богородиця Одигітрія, дерево, олія 39x29x2 см*

## РОЗДІЛ 3. ВІЗУАЛЬНО-ПЛАСТИЧНА МОВА СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ

---

### **«ВІЗУАЛЬНИЙ КОМФОРТ» МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА У КОНТЕКСТІ ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ**

**І. О. Яковець**

*доктор мистецтвознавства,  
доцент, професор кафедри дизайну*

**Г. П. Яворська**

*студентка магістратури  
Черкаський державний технологічний університет*

Сьогодні відбувається формування нової соціально-культурної реальності, коли людина постійно здійснює вплив на екологічну систему планети, а результати людської діяльності почали перевищувати масштабність стихійних явищ. У цій складній ситуації дизайнери мають можливість активізувати увагу людей на суперечностях глобалізації, у своїй творчій діяльності порушувати та вирішувати питання екологічних криз за допомогою створення екологічно важливих проєктів. Одним з найважливіших змістовних моментів проєктної культури ХХ – початку ХХІ століття є поступове усвідомлення способу життя як специфічної культурної реальності і особливо специфічного об'єкта проєктного осмислення.

За даними вітчизняних досліджень кожен мешканець міста постійно піддається впливу шумового забруднення, хімічного, електромагнітного, а особливо зорового забруднення. Останнє охоплює візуальне середовище міста – архітектуру, кольорову гаму будівель, рекламу, вітрини, вулиці, озеленення тощо. Чистота нашого візуального простору – не менш важлива проблема, ніж чистота повітря та води. Людина постійно знаходиться під впливом образів, які безпосередньо впливають на її психологічний стан. Гармонійні для зорового сприйняття природні простори витісняються урбанізацією [1].

Як відомо, колірне середовище безперечно впливає на якість життя містян і їхній емоційний стан – збуджує або заспокоює, створює певний настрій, викликає різні асоціації й, найголовніше, формує у свідомості людей відчуття краси й гармонії або роздратування й дискомфорту. Чим масштабніше місто, тим більша кількість носіїв кольору бере участь у формуванні колірної гами візуально сприйманого простору, тим більш важким стає завдання створення гармонії його сприйняття, підтримки колористичної своєрідності його середовища. На хаотичність розміщення вивісок, інформаційних носіїв, реклами, строкатих торговельних закладів свідомість людини реагує порушенням відчуття колірного балансу, внутрішнім дискомфортом, аж до появи станів занепокоєння і стресу. Таким чином, гармонізація колірних характеристик візуально сприйманого простору стає для сучасних міст і мегаполісів дедалі актуальною.

Сучасні міста відрізняються від міст радянських часів. Сьогодні вони набули більшої різноманітності: змінилося кольорове вирішення (більш яскрава кольорова гама), але проблема зорового забруднення зовнішнього вигляду міст залишилася. Так, «забрудненими» майже завжди можна вважати житлові та виробничі приміщення, транспорт, виробничі процеси – все те, що оточує людину в сучасному мегаполісі.

В. Філін експериментально довів, що так звані «забруднювачами» візуального середовища міста є об'єкти, які негативно впливають на органи зору людини. Так зване захворювання «страждання очей» виникає в результаті того, що візуальне середовище забруднюють «гомогенні та агресивні поля». Гомогенне поле – область, в якій мало зорових деталей або вони зовсім відсутні. Коли очі довгий період часу не знаходять точки фіксації, то погляд від такого об'єкту відводиться. Коли людина постійно дивиться на такий об'єкт, то це впливає не тільки на її фізичний, а й вже на психологічний стан. Середовище, яке містить велику кількість однакових об'єктів, які рівномірно розподілені, називається агресивним. Очі повинні постійно працювати, щоб побачити дуже багато контрастних граней, що також негативно впливає на здоров'я людини. І в першу чергу – це зовнішня реклама та поліграфічна продукція [2].

Зазначимо, що в Україні до сих пір майже не практикується озеленення дахів і стін будівель – метод ландшафтного дизайну, який активно застосовують у містобудуванні Західної Європи. Таке функціональне декорування будівель має стати основою сучасного візуального середовища міста.

Як відомо, категорія «візуального комфорту» є безпосереднім показником екологічності візуального середовища. Дана категорія в деякій мірі суб'єктивна, оскільки відчуття комфорту пов'язано не тільки з загальними для всіх людей законами сприйняття, але із особистісними уявленнями та індивідуальними особливостями кожної людини. Крім того, основні елементи, з яких складається візуальне середовище (колір, графіка, текст), по різному сприймають представники різних культур, що також впливає на відчуття комфорту у процесі зорового сприйняття. Але встановити загальні показники «візуального комфорту» цілком реально. Одним із шляхів може бути проведення дослідження певної категорії людей і порівняння їх очікування з реальністю. З отриманих результатів можна зробити висновки, яким має бути середовище та об'єкти у ньому, щоб люди почували себе комфортно.

Підводячи підсумок можна сказати, що для створення гармонійного візуального міського простору потрібно уникати появи агресивних візуальних полів у міському середовищі; позбутися гомогенних візуальних полів використовуючи, як варіант, елементи ландшафтного дизайну; збільшувати різноманітність силуетів будинків; поступово зменшувати кількість техногенних елементів (рекламних плакатів на будинках, білбордів тощо); створювати зелену зону міста, основними функціями якої стануть релаксаційна та рекреаційна.

#### **Література:**

1. Бондарчук О. В. Екологічна безпека візуального сприйняття природного та штучного середовища [Текст] / О. В. Бондарчук, В. Г. Петрук, О. О. Цев'як // Матеріали конференції V Всеукраїнського з'їзду екологів, 23-26 вересня 2015 р. – ВНТУ, 2015. – С. 49.
2. Філін В. А. Екологія візуальної середовища міста. Екологія і життя (выпуск 7) – М., 2007

# ПРО ЕФЕКТИВНІ ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІДЕЙ ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ

**О. Ф. Луговський**

*канд. мист-ва, ст. викл. каф. дизайну ЧДТУ*

Дизайн, об'єднуючи в собі науково-технічний підхід і художньо-образну, філософську складові, покликаний відкривати для суспільства нові форми, конструкції і технології, виховуючи смак і організовуючи життєвий простір, соціокультурні комунікації, і провокуючи соціальний запит на пізнаваний і образно ідентифікований дизайнерський продукт. Особлива роль відводиться дизайну в питаннях, що вирізняються своєю гостротою. До таких нині відносяться ті, що пов'язані із екологією. Тому в дизайні виокремився напрямок – екологічний дизайн, де ключова увага приділяється гармонізації відносин людини і середовища навколо неї, збереженню природного середовища. Його метою є створення оптимальних умов для задоволення людських потреб, не порушуючи при цьому рівноваги навколишнього середовища. Екологічний дизайн передбачає цілісний підхід до проектування будь-яких об'єктів, пов'язаних з діяльністю людини, від мініатюрних предметів, що використовуються в побуті, до дизайну будівель, міст і ландшафтів.

У завдання екологічного дизайну входять, з одного боку, вдосконалення екологічної ситуації шляхом створення продуктів, що відповідають вимогам екології природи, людини і культури, з іншого – цілеспрямований розвиток самого суспільства, можливість стимулювання в ньому органічності і емоційності. Таким чином, вирішуючи екологічні проблеми засобами дизайну, фахівцям необхідно знайти баланс між дотриманням принципів екологічного підходу і необхідністю естетичного переживання, пов'язаного з реалізованим в дизайн-продукті проектним образом.

Тому сучасні дизайнерські підходи до формоутворення в дизайні передбачають врахування фактора матеріалу, технології, середовища. Фактор образу повинен враховувати щедрі інші аспекти, зокрема творчу суть проектної культури, оскільки життя людей образне в тому ж сенсі, в якому образними властивостями наділені середовищні об'єкти і твори мистецтва.

В сфері екологічної естетики вироблені деякі примітні принципи, згідно з якими продукти дизайну повинні:

- сприятливо впливати на психіку людини, передавати їй відчуття спокою, природності, розкутості;
- сприйматися органічно, викликати позитивні емоції;
- надавати людині можливість творчості, вільного самовираження;
- виступати стимулятором екологічної свідомості, наочним аргументом на користь екологічного та економного споживання.

Перш ніж розглянути на конкретному прикладі, як ці принципи реалізуються професійними дизайнерами в об'єктах екодизайну, слід зазначити, що для нашої держави питання екологічної безпеки стоїть надзвичайно гостро. Згідно із статистикою, близько десяти відсотків території держави знаходиться під сміттєзвалищами. Сміття практично не сортується і не переробляється. Жоден державний орган не здатен радикально вплинути на цю ситуацію. Громадяни країни хоча і усвідомлюють небезпеку, що забирає майбутнє у прийдешніх поколінь, втім наразі екологічне мислення спирається лише на паростки переживання і занепокоєння. Для більш рішучого реагування необхідні нестандартні рішення.

Наприклад, екологічне виховання може відбуватися за рахунок візуалізації та популяризації ідей вирішення екологічних проблем не лише методами, що уже стали звичними у нашому повсякденні і тому лише нагадують про існування проблеми. Можна знайти методи, коли саме нагадування уже виглядатиме як ефективне і ефектне рішення.

Так, свого часу в США невеликою компанією Aptera Motors був запропонований проєкт високоефективного екологічного міського автомобіля Aptera 2e (рис. 1), призначеного для перевезення двох пасажирів. Зовні машина нагадує гібрид міні-літака без крил і трицикла. У рух автомобіль приводиться електричною силовою установкою. Заявленим високим динамічним характеристикам Aptera 2e сприяє легкий кузов із композитних матеріалів. Але ключовим у цьому проєкті було те, що розробники Aptera визначили проблему електричних автомобілів в тому, що вони створюються на базі серійних авто. Тому принципово нове в автомобілі Aptera 2e – це те, що він спочатку проєктувався як електричний, тому і зовнішній вигляд у нього приголомшливий і не схожий на інші транспортні засоби на дорозі. Сам транспортний засіб більше схожий на концепт-кар, ніж на машину, призначену для серійного виробництва і звичайних доріг. Очевидно, що при формуванні проєктного образу переважала, в значній мірі, емоційна складова, оскільки одна з концептуальних ліній звучала майже гламурно: «як, рятуючи планету, виглядати розкішно». Тому Aptera можна розглядати як приклад екологічної естетики і приклад того, як можна ефективно залучити дизайн до вирішення проблем сьогодення. Тож візуалізоване в дизайнерському продукті рішення сприятиме популяризації ідей екологічної безпеки.



Рис. 1. Електромобіль Aptera 2

## УПАКОВКА: ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ І ПЕРСПЕКТИВИ

**О. В. Галицька**

*ст. викл. каф. дизайну ЧДТУ*

**Д. Загоруйко**

*магістр кафедри дизайну ЧДТУ*

Саме упаковка, а точніше її зовнішній вигляд відіграє величезну роль у продажу товару, адже покупець віддає перевагу яскравій упаковці з індивідуальним оформленням. Естетична і якісна упаковка в подальшому може служити покупцеві довгий час, виконуючи ті чи інші функції, тому дизайн її дуже важливий.

Перші види упаковки виготовлялися з необробленої сировини: очерету, глини, рослинні і тваринні волокна тощо. Так, близько 3000 р. до н.е. в стародавньому Єгипті було налагоджено виробництво глиняних горщиків. Перші дерев'яні бочки датуються 500 р. до н.е. і були знайдені на території Галлії (сучасні Північна Італія, Франція і Бельгія). В Середньовіччі отримало свій розвиток ремесло бондаря в Північній Європі, з'явилися нові технології, наприклад, для зберігання вологих продуктів при виготовленні бочок використовували дуб, а для зберігання сухих - сосну.

У 1856 р в Великобританії було запатентовано гофрований папір, а на початку ХХ ст. відбувається ряд яскравих відкриттів, а саме: у 1903 р Міхаель Оуенс запатентував верстат для видування скляних пляшок; у 1907 р німецький вчений Фредерік Кіппінг винаходить силікон; у 1908 р Альдемар Бейтс винаходить паперовий мішок з клапанами. В середині ХХ ст. відбувається серйозний прорив в автоматизації виробництва упаковки, а саме: у 1950-1960-х рр. в США з'являється верстат для виготовлення паперових пакетів. Наприклад, 1952 рік став справжнім переворотом в сфері упаковки молочних продуктів, оскільки з'являється упаковка «Tetra Pak» - «трикутні» пакети з ламінованого паперу. Tetra Classic – картонна упаковка в формі тетраедра для зберігання молока, створена в 1950 році компанією Tetra Pak, яка з 1959 року поставлялася і широко використовувалася в СРСР, де ці упаковки зазвичай називали «пірамідками». У 1958 році з'являється алюмінієва пивна банка, виготовлена без швів на дні і стінках, а у 1963 р. її кришка вже забезпечується алюмінієвим кільцем.

Дизайн упаковки, як відомо, визначає перше враження споживача про товар. Позитивне або негативне ставлення до продукту може сформуватися, якщо колірне рішення упаковки відповідає або не відповідає життєвим установам і переконанням людини. У розробці дизайну продукції, як і в багатьох інших областях, все більше застосування знаходить принцип KISS («Keep It Short and Simple»), тобто «тримайся простоти і стилістичності». Розробка дизайну упаковки – досить складний процес, для якого потрібно виконати серію дій з маркетингу, а саме:

- Перш за все, проводиться ретельний аналіз ринку щодо конкурентів і споживачів.
- Створюється дизайн концепція.
- Опрацьовуються варіанти унікальної торговельної пропозиції.
- Створюються концепти оборотів упаковки, а також текстів і інфографіки.
- Готується оригінал-макет.
- Розробляється технологія друку [1; 2].

Головні риси успішної упаковки – простота і ясність. У сучасному світі у покупця немає часу вивчати упаковку, тому вся важлива інформація повинна бути усвідомлюватися миттєво. Проте можна використовувати незвичайні шрифти, що не уповільнюють при цьому читання. Особливою популярністю сьогодні користуються шрифти ручної роботи.



Отже, щоб дизайн етикетки і упаковки вийшов ефективним, необхідно зробити його максимально пізнаваним, помітним, а також функціональним, щоб він викликав тільки позитивні емоції.

#### *Література:*

1. Хайн Т. *Все про упаковку*. - М.: Арт-Родник, 1997.
2. *Graphis Packaging 8. An international Compilation of Package Design, 2001.*

## **КОЛІР ЯК ХУДОЖНЬО-КОМУНІКАТИВНИЙ ФЕНОМЕН У РОЗРОБЦІ РЕКЛАМИ**

**Ю. М. Слуга**

*магістрантка КНУТІД*

В умовах сучасної реальності значення реклами, як один із способів комунікації зі споживачем, значно зростає. Вибір колірної гами впливає на залучення нових клієнтів, їх ставлення до продукту, бажання придбати, формування прийняттого ставлення до нього. Компанії в нинішній час, прагнучи підвищити рівень конверсії своїх продуктів, вдаються до дослідження проблематики найбільш вигідних прийомів впливу на споживача, які б допомогли досягти бажаного результату. У зв'язку з чим виникла необхідність аналізу сучасних тенденцій в графічному проектуванні реклами. Склад і подача продукту реклами сильно впливають на успіх всієї кампанії. Існує безліч методів досягнення найкращих результатів рекламування того чи іншого продукту. Більшість з них застосовні до візуальної реклами та пов'язані з психікою людини, а точніше зі сприйняттям кольору і його інтерпретацією. Колір відіграє важливу роль у формуванні погляду людини на світ, а також на навколишні його речі. Більше 70% інформації сприймається очима, тому для рекламної кампанії дуже важливо відтворити враження саме з візуальної точки зору. Різні кольори по-різному інтерпретуються людьми, але існують деякі правила використання кольорів, дотримуючись яких ймовірність привернути до себе увагу потенційних споживачів зростає.

Актуальність даної проблеми обумовлена популярністю використання прийому впливу реклами на споживача за допомогою кольору для досягнення конкретних результатів. Для аналізу і вирішення проблеми використовується інформація про вплив кольорів на сприйняття людиною навколишнього світу, вплив на його емоційний та психологічний стан.

В роботі досліджується вплив різних колірних схем в створенні рекламної продукції та проведення рекламної кампанії, а також у формуванні інтересу споживача, використання підходів з кольорами в рекламах популярних брендів; виявляються найбільш впливові колірні схеми для рекламування товарів і послуг.

Завдяки контрастності кольорів можна досягти оптимального візуального ефекту. У процесі дослідження останніх найбільш виграних рекламних продуктів виявлено що в сучасному світі величезний вплив має веб-простір. Яскраві помітні кольори – все це використовується для максимального залучення уваги. Так як яскравий колір сприймається на рівні людської психології як щось динамічне, в реаліях сучасного світу ці кольори дуже актуальні для бізнесів роду старт-ап, а так само для молодих кампаній,

які хочуть голосно заявити про себе. Не варто виключати так само той феномен, що в цифровому світі, крім використання помітних кольорів, людина прагне до мінімалізму, чогось природнього та спокійного, і на перевагу яскравих кольорів приходять пастельні відтінки, які за рахунок нейтральних відтінків дають можливість проявити акцент на інших деталях композиції. Так само в процесі дослідження виявлено що в сучасному світі актуальним в роботі з текстом стає градієнт, додаючи глибину в візуальну композицію, що дає можливість споживачеві максимально звернути увагу на кінцевий продукт. Дослідження перспектив виявлено що в зв'язку з розвитком цифрової культури – технології, більш ніж інші чинники, впливають на сучасне суспільство, в зв'язку з чим змінюється сприйняття людиною реклами. Єдиного правила роботи з кольором до сих пір не виявлено так як на це впливає безліч факторів. Використання кольору в продуктах візуальних комунікацій передбачає аналіз переваг споживача, його настрою, психоемоційного стану, від традицій, національно-етнічних особливостей, культурних, релігійних поглядів, а також же від регіону проживання, вікових та гендерних категорій. Тенденції проектування засобів візуальної комунікації постійно розвиваються і не стоять на місці, адаптуючись під сучасні реалії цифрового середовища.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РЕКЛАМИ В БРЕНДІНГОВИХ АГЕНТСТВАХ ТА РЕКЛАМНИХ КОМПАНІЯХ

**Н. П. Болдонова**

*студентка КНУТіД*

**Науковий керівник: Павельчук І. А.**

*Заслужений художник України,*

*кандидат мистецтвознавства, доцент*

Реклама як об'єкт дизайну реалізується у рекламній продукції, фірмовому стилі, що знаходить своє проявлення в носіях реклами та будь-якому інформаційному середовищі.

Сучасний рекламний дизайн став глобальним феноменом, що охоплює увесь світ. Мова дизайну набула якості, яка дає вибір в світі необмежених можливостей. Рекламний дизайн оточує нас звідусіль. Ми живемо в суспільстві, що повсякденно стикається з проблемою вибору, в оточенні речей, предметів, естетичні якості яких цінуються не нижче їх функційних характеристик [5, с. 5].

Рекламний дизайн – це структурована розробка мотиваційного образу в рамках розробки рекламного агентства. Від того, наскільки якісна реклама компанії, наскільки вона притягує увагу споживача яскравими образами, залежить вибір покупця, а в остаточному підсумку продажу бренду. Тож основне при розробці дизайну реклами – зробити рекламу максимально ефективною та легко пізнавану. Але залучення уваги соціуму має підкреслюватись креативним рішенням, що несе за собою сенс та інформацію. Тому при розробці дизайну реклами важливо знайти “золоту середину” між креативом і ефективністю. Рекламний та графічний дизайн – це передусім особлива форма естетичного і творчого мислення [4, с. 9].

А тут важливі такі аспекти як: 1) Напрямок рекламованого продукту; 2) Цілі рекламної кампанії; 3) Якість продукції замовника як об'єкта реклами; 4) Місце розташування; 5) Цільова аудиторія; 6) Наявність конкурентної реклами поблизу.

Розробка рекламного макету вимагає чіткого розміщення акцентів і стратегічного планування. Над цим складним і творчим процесом працює не один фахівець, а команда професіоналів: дизайнер, копірайтер, маркетолог, ілюстратор, моушн-дизайнер та стратег. Адже для того щоб створити ефективний макет дизайнерського оповіщення одного зображення не зовсім достатньо, головне – донести до споживача основну комерційну ідею, яка розробляється в залежності від завдань та цілей.

Усі засоби рекламного дизайну що можна віднести до дизайн-діяльності, широко використовуються під час створення рекламного продукту протягом усього циклу створення фірмового стилю у кожному агентстві. Структурність та комплексність можна знайти відображення і в діяльності копірайтерів, котрі в більшості розробляють концепцію реклами і мають створювати тексти та заголовки, що і є закріплюючим засобом візуальної частини.

Розроблення фірмового стилю – складний процес, що, зокрема, включає: визначення цільової аудиторії; аналіз діяльності конкурентів, вивчення сильних і слабких сторін товарів або послуг; оцінку пізнаваності марки тощо. Для досягнення оптимального результату потрібна тісна співпраця замовника й дизайнера. Адже художнику складно цілком розібратися в усіх тонкощах діяльності компанії, так само як і замовник не завжди точно уявляє, який вигляд доречний для його фірмового стилю. У цілому, останній має задовольняти такі вимоги: добре запам'ятовуватися, оскільки у людській свідомості швидше фіксуються зображення, ніж слова й назви. Під час розроблення фірмового стилю поряд з шрифтами активно використовують графічні елементи. До того ж, для задоволення зазначеної вимоги необхідно, щоб логотип був простим (і водночас суттєво відрізнявся від фірмових знаків конкурентів) [1].

Графічні об'єкти та шрифтові рішення, підібрані для елементів фірмового стилю, мають асоціюватися у потенційного клієнта саме з вашою компанією та однаково добре відбиватися на всіх рекламних носіях та медіа-засобах. Важлива пізнаваність стилю не лише в кольорі, а й у чорно-білому варіанті (на факсимільних повідомленнях та ксерокопіях) [3, с. 34]. Також масштабуватися без спотворень. Різні види реклами мають різні розміри. Маленький значок та рекламний банер над шосе повинні вміщувати певний обсяг інформації без спотворення основної складової фірмового стилю – логотипа (фірмового знака). Тож у розробленні графеми майбутнього логотипа дизайнер зобов'язаний досягти однакового сприйняття різномасштабних його накреслень.

Отже, на даному етапі розвитку рекламних агентств в Україні можна відокремити лідерів, які кожного року стають більш популярними за рахунок своєї яскравої розробки реклами та бренд-буку таких галузей: медицина та здоров'я; нерухомість та будівництво; мода та краса; їжа та напої; корпорації та промтовари; культура та non-profit. Такими агентствами можна вважати «BANDA», «Федорів», «Madcatz», «GRA agency», «Гроза». Деякі з них працюють разом зі спілкою сучасних ілюстраторів «Pictoric Art», а також беруть участь у міжнародних конкурсах серед кращих рекламних агенств та виграють премії.

## ЛОГОТИП ЯК СКЛАДОВА ВІЗУАЛЬНА ДОМІНАНТА РИНКОВОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ

**Д. О. Чубарев,**

*студент КНУТіД*

**Науковий керівник: Павельчук І. А.**

*Заслужений художник України,*

*кандидат мистецтвознавства, доцент*

Логотип – це головна частина іміджу компанії, тому саме логотипу має приділятися багато уваги. Він має змогу просунути компанію, серед конкурентних фірм. Логотип може бути як успішно виконаним на результат і розвиток, так і навпаки, розвитком компанії в інший бік. Тому щоб зробити логотип, який буде працювати для вашої компанії десятками років, потрібно дуже ретельно відібрати дизайнерів, які будуть працювати над вашим проектом. При створенні логотипу існують критерії, які створив, та використовував для себе видатний дизайнер Пол Ренд. Він перевів творчість на системну основу. А параметри виглядають так: 1) перевірка якості; 2) читабельність; 3) запам'ятовуваність; 4) універсальність; 5) унікальність; 6) адаптивність; 7) простота [2, с. 2]

Нові тенденції сучасного дизайну настільки швидко розвиваються, що фахівці ледве встигають ознайомитися з нововведеннями. Тому проблема створення якісного дизайну лишається вельми актуальною на теренах української рекламної продукції. Серед актуальних тенденцій, що формуються на сучасному ринку реклами паралельно, можна виокремити низку візуально-стильових тенденцій: 1) класичний стиль, що започаткувався в паризькому ар нуво на межі XIX століття; 2) поп-арт стиль, що почав формуватися в образотворчому мистецтві Західної Європи та США одразу після культурного відродження Другої світової війни у період 1950–1960-х років; 3) українське кантрі, в якому здійснюється синтез європейського бачення з фольклорними традиціями українського народного мистецтва; 4) комбінований стиль, який започаткувався у Європі в добу зрілого модерну 1890-х на підрунті взаємопроникнення європейських візуальних стандартів з традиціями східних цивілізацій, або давніх забутих культурних епох (класицизм, бароко, романтизм); 5) 3D логотип, що започаткувався в загальноєвропейській практиці на початку 2000-х; 6) анімаційний логотип, в якому презентація здійснюється у вигляді анімаційного ролика, що почав формуватися на західному ринку нещодавно і належить до інноваційних трендів сучасного міжнародного дизайну.

Сьогодні розвиток українських брендів впевнено зростає, створюючи нові оригінальні національні бренди, що поступово завойовують світове визнання: «Morshinska», «VOVK», «Fedoriv», «Sammy Icon», «OKKO», «!Fest» [3 с. 192] Інтеграція української продукції на світовий ринок та проблеми конкурентоздатності актуалізували проблему візуального оновлюються графічних програм. Технології сучасної масової культури розвернули зусилля сучасних фахівців реклами до синтезу класичних графічних стереотипів з новими анімаційними тенденціями мультиплікації. Таким чином тенденцію анімаційного логотипу можна визнати провідним трендом початку XXI століття. Цей стиль дизайнерської реклами почав стрімко зростати у 2015 році, та став новою сходиною для дизайнерів. Цей напрямок дуже різносторонній, його можна застосувати як для відео реклами, сайту, презентації, так і на гаджетах і екранах в центрі міста. Дуже цікавий факт чому людина запам'ятовує більше анімовані логотипи. Анімація впливає на психологічний фактор людини, в тому плані, що цікаво

«А що буде далі?» Анімація, це не витрати для компанії, а навпаки, це інвестиція, що допоможе компанії вийти на новий рівень. Наприклад компанії, які інвестували в анімацію: «Сonerete Studio», «500px», «Brikk», «Sello», «Євровидення-2017». Люди задаються питаннями: «А які програми краще використовувати при створенні анімованих логотипів?» Наведу приклад декількох кращих сервісів та програм, для створення таких проектів, як анімаційний логотип. Першу сходинку займає сервіс «Adobe Spark». На другій сходинці сервіс «Renderforest». Та третє місце дісталось сервісу «Tube arsenal». Займає перше місце серед доступних програм, програма «After Effects», а на другому «iClone Pro» через інтерфейс [1].

#### **Література:**

1. Dave Schools. Семи-ступеневий тест для логотипу Пола Ренда [Електронний ресурс]// Поетанне створення: Веб сайт – URL: <https://habr.com/ru/post/260219/> (дата звернення: 09.10.19).
2. Blog Turbologo. Як з'явився логотип – історіографія [Електронний ресурс] //Логотип тих часів: Веб-сайт – URL: <https://turbologo.ru/blog/istoriya-logotipa/> (дата звернення: 09.10.19).
3. Ославський Б. 10 брендів / Богдан Ославський – К.: Брустурів : Дискурсус 2017. — 192 с.

## АВТОРИ

**Личковах Володимир Анатолійович**, доктор філософських наук, професор Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, заслужений працівник освіти України, академік АН Вищої освіти України

**Батаєва Катерина Вікторівна**, доктор філософських наук, доцент, професор кафедри соціології Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»

**Братко Костянтин Володимирович**, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Кретов Павло Васильович**, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та релігієзнавства Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Кретова Олена Іванівна**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри російської мови, зарубіжної літератури та методики навчання Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Кожем'якіна Оксана Миколаївна**, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, член Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України (ЧРВСАУ)

**Шевченко Зоя Володимирівна**, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та релігієзнавства Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, член Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України (ЧРВСАУ)

**Рилова Ольга Юрївна**, викладач Черкаського державного бізнес-коледжу, член Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України (ЧРВСАУ)

**Котляр Діана Олегівна**, викладач кафедри суспільних наук Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля, член Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України (ЧРВСАУ)

**Сіماشко Інна Вячеславівна**, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії факультету соціології і права Національного технічного університету України «КПІ»

**Стороженко Владислав Дмитрович**, магістрант Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ ННІ ЗНПК

**Мотуз Валерія Костянтинівна**, кандидат історичних наук, ст. викл. кафедри археології та спеціальних галузей історичної науки Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Бондаренко Сергій Дмитрович**, кандидат мистецтвознавства доцент кафедри графіки Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

**Мкртчян Єрванд Тігранович**, магістрант кафедри філософії та релігієзнавства Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Країло Альона Михайлівна**, магістрантка кафедри філософії та релігієзнавства Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Савісько Світлана Василівна**, заступник директора з адміністративної роботи Черкаського обласного художнього музею

**Пушонкова Оксана Анатоліївна**, кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, вчений секретар Черкаського обласного художнього музею, член Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України (ЧРВСАУ)

**Бугеря Марина Олександрівна**, аспірантка кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, провідна наукова співробітниця Черкаського обласного художнього музею

**Спіркіна Оксана Олексіївна**, кандидат історичних наук, старший викладач кафедри гуманітарних наук та іноземних мов Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобіля Національного університету цивільного захисту України

**Храмова-Баранова Олена Леонідівна**, доктор історичних наук, професор кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету;

**Зайцева Вікторія Сергіївна**, викладач кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Алішер Анна Вікторівна**, аспірантка кафедри мистецтвознавчої експертизи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Подосьонова Ольга Михайлівна**, мистецтвознавець, старший науковий співробітник відділу збереження і обліку музейних фондів Черкаського обласного художнього музею

**Коркоценко Наталія Віталіївна**, старший науковий співробітник відділу науково-дослідницької та експозиційної роботи Черкаського обласного художнього музею

**Чупак Таміла Петрівна**, заступник директора Кам'янського державного історико-культурного заповідника з наукової роботи

**Недлінська Анна Анатоліївна**, науковий співробітник відділу науково-просвітницької роботи Кіровоградського обласного художнього музею

**Городнюк Юлія Романівна**, магістрантка кафедри філософії та релігієзнавства Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, редактор Черкаського обласного художнього музею

**Алксанова Анжела Василівна**, завідувач відділу науково-освітньої роботи Черкаського обласного художнього музею

**Левочко Наталія Олександрівна**, магістрантка ННІ педагогічної освіти, соціальної роботи та мистецтва Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

**Чумак Наталія Володимирівна**, пошукач кафедри філософії Харківського національного університету імені Василя Каразіна, викладач суспільно-політичних дисциплін ХКТЕК

**Мушта Олександр Анатолійович**, завідуючий музеєм О.С.Пушкіна і П.І.Чайковського Кам'янського державного історико-культурного заповідника

**Гладун Ольга Дмитрівна**, кандидат мистецтвознавства, доцент, директор Черкаського обласного художнього музею, доцент кафедри гуманітарно-мистецьких дисциплін та технологій легкої промисловості Київського національного університету технологій та дизайну

**Яковець Інна Олександрівна**, доктор мистецтвознавства, доцент, професор кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Яворська Ганна Петрівна**, магістрантка кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Галицька Олена Валеріївна**, старший викладач кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Загоруйко Дмитро**, магістр кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Луговський Олександр Федорович**, кандидат мистецтвознавства, ст.викл. кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету

**Слута Юлія Миколаївна**, магістрантка Київського національного університету технологій та дизайну

**Чубарев Данило Олександрович**, студент V курсу Київського національного Університету технологій та дизайну (Науковий керівник: **Павельчук Іванна Андріївна**, заслужений художник України, кандидат мистецтвознавства, доцент)

**Болдонова Надія Петрівна**, студентка V курсу Київського національного університету технологій та дизайну (Науковий керівник: **Павельчук Іванна Андріївна**, заслужений художник України, кандидат мистецтвознавства, доцент)



### РОЗДІЛ 1.

#### ВІЗУАЛЬНІСТЬ ЯК ПРЕДМЕТ ФІЛОСОФСЬКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

<b>Личковах Володимир Анатолійович</b> Енерго-інформаційні виміри естетики українського авангарду	3
<b>Батаєва Катерина Вікторівна</b> Феномен культового кіно (міждисциплінарні аспекти вивчення)	5
<b>Братко Костянтин Володимирович</b> Криза образотворчих репрезентацій і сучасний живопис	7
<b>Кретов Павло Васильович, Кретова Олена Іванівна</b> Неочевидність очевидного: візуалізація та постправа	8
<b>Кожем'якіна Оксана Миколаївна</b> Візуальна комунікація в сучасній медіареальності	11
<b>Шевченко Зоя Володимирівна</b> Criticism of Radical Feminism	12
<b>Рилова Ольга Юріївна</b> Сучасні засоби візуалізації соціологічної інформації	13
<b>Котляр Діана Олегівна</b> Візуальні дослідження інформаційних жанрів у сучасних друкованих ЗМІ	14
<b>Сімашко Інна Вячеславівна</b> Естетична інтенсивність у медіапрактиках сучасності	16
<b>Стороженко Владислав Дмитрович</b> Культурна пам'ять у доробках Яна Ассмана та Алейди Ассман	18
<b>Мотуз Валерія Костянтинівна</b> Антропологія візуальної комунікації та її вплив на сучасну гуманітаристику	20
<b>Бондаренко Сергій Дмитрович</b> Художня візуалізація міфологічного наративу у добу цифрових технологій	22
<b>Мкртчян Єрванд Тігранович</b> Медіакультура як соціокомунікаційний феномен	23

<b>Країло Альона Михайлівна</b> Особливості міграції образотворчих мотивів в атласі «Мнемозіна» Абі Варбурга	25
<b>Савісько Світлана Василівна</b> Особливості симбіозу постсучасного актуального мистецтва з мас-медіа	27
<b>Пушонкова Оксана Анатоліївна</b> Тенденції сучасних візуальних досліджень у контексті естетичних практик	28
РОЗДІЛ 2. ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ІННОВАЦІЙНІ МУЗЕЙНІ ПРАКТИКИ	
<b>Гладун Ольга Дмитрівна</b> Знакова система циклу творів Івана Бондаря «Україна – Шевченків край»	31
<b>Бугеря Марина Олександрівна</b> Візуальна об'єктивіація концепту міста у творчості черкаських художників другої половини ХХ ст.	32
<b>Спіркіна Оксана Олексіївна</b> Danylo Narbut as leading figure of Cherkasy creative intellectuals	34
<b>Храмова-Баранова Олена Леонідівна, Зайцева Вікторія Сергіївна</b> Фотомистецтво в Україні: розвиток і перспективи	36
<b>Алішер Анна Вікторівна</b> Театрально-декораційне мистецтво як складова візуальної культури України	38
<b>Коркоценко Наталія Віталіївна</b> Українська народна іграшка у фондovій колекції Черкаського обласного художнього музею	39
<b>Чупак Таміла Петрівна</b> Особливості візуального сприйняття мистецьких пам'яток під час проведення симпозіуму скульпторів (з досвіду роботи Кам'янського державного історико-культурного заповідника)	43
<b>Недлінська Анна Анатоліївна</b> Естетична візуалізація у роботі Кіровоградського обласного художнього музею	45
<b>Городнюк Юлія Романівна</b> Альтернативні освітні платформи у добу візуалізації (з досвіду Соціогуманітарної лабораторії ЧНУ ім. Б. Хмельницького)	47

<b>Алексанова Анжела Василівна</b> Соціально-мистецький проект «Черкаси в кольорі»	48
<b>Левочко Наталія Олександрівна</b> Музейні практики та культура сприймання (з досвіду проектів Черкаського обласного художнього музею)	51
<b>Чумак Наталія Володимирівна</b> Візуально-пластична мова сучасного мистецтва як відображення самовідчуття людини на прикладі творчості Марії Куліковської	53
<b>Мушта Олександр Анатолійович</b> Музейна експозиція як об'єкт візуалізації світосприйняття школярів під час проведення навчально-освітніх заходів (з досвіду роботи літературно-меморіального музею О. С. Пушкіна і П. І. Чайковського)	54
<b>Подосьонова Ольга Михайлівна</b> До питання іконографічної програми вівтарної картини «Мадонна із завісою» з колекції Черкаського обласного художнього музею	57
РОЗДІЛ 3. ВІЗУАЛЬНО-ПЛАСТИЧНА МОВА СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ	
<b>Яковець Інна Олександрівна, Яворська Ганна Петрівна</b> «Візуальний комфорт» міського середовища у контексті вирішення екологічних проблем	60
<b>Лугоський Олександр Федорович</b> Про ефективні засоби візуалізації та популяризації ідей вирішення екологічних проблем	62
<b>Галицька Олена Валеріївна, Загоруйко Дмитро</b> Упаковка: історія розвитку і перспективи	64
<b>Слута Юлія Миколаївна</b> Колір як художньо-комунікативний феномен в розробці реклами	65
<b>Болдонова Надія Петрівна</b> Сучасні тенденції в рекламних компаніях та брендингових агенствах	66
<b>Чубарев Данило Олександрович</b> Логотип як складова візуальна домінанта ринкового іміджу компанії	68
<b>ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ</b>	70



ЧЕРКАСЬКИЙ  
ХУДОЖНІЙ  
МУЗЕЙ

Наукове видання  
Збірник матеріалів VI Всеукраїнської конференції  
«Візуальність в естетичних практиках: український вимір»  
Підп. до друку 22.11.2019 р.  
Наклад 100 прим.

Черкаський обласний художній музей  
Україна, 18002, м. Черкаси,  
вул. Хрещатик, 259.  
Тел./факс: (0472) 37-28-77

[www.museum.ck.ua/](http://www.museum.ck.ua/)  
e-mail: [oxm\\_ck@ukr.net](mailto:oxm_ck@ukr.net)  
e-mail: [krapki@ukr.net](mailto:krapki@ukr.net)

Редактор – Городнюк Ю. Р.  
Дизайн обкладинки і верстка – Півториста Л. В.