

## EXPANDING THE ACCESSIBILITY OF ART AND INCREASING THE AUDIENCE OF ARTISTS THROUGH SOCIAL MEDIA

### ОПТИМІЗАЦІЯ ДОСТУПНОСТІ МИСТЕЦТВА ТА ЗБІЛЬШЕННЯ АУДИТОРІЇ МИТЦІВ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

**Pylypchuk O. D.**      **Пилипчук О. Д.**

*PhD of Technical Sciences,  
Associate Professor  
at the Department of Design*      *кандидат технічних наук,  
доцент кафедри дизайну*

**Yevdokymenko A. S.**      **Євдокименко А. С.**

*Student of the 1st year of the Master's  
degree at the Faculty of Architecture  
Kyiv National University of Construction  
and Architecture  
Kyiv, Ukraine*      *студентка I курсу магістратури  
архітектурного факультету  
Київський національний університет  
будівництва і архітектури  
м. Київ, Україна*

Постановка проблеми. У сучасну цифрову епоху соціальні медіа стали потужним інструментом для митців, який дозволяє їм демонструвати свою творчість та спілкуватися з глобальною аудиторією. Вони революціонізували доступність мистецтва, зруйнувавши географічні бар'єри та дозволивши художникам достукатися до людей, які, можливо, не мали б можливості долучитися до мистецтва в інший спосіб. Крім того, соціальні медіа створили платформу для митців, де вони можуть будувати спільноту, ділитися своїм творчим процесом і створювати власний бренд. Використання сучасних напрямів образотворчого мистецтва у різних творчих напрямках, таких як кіно, графічний дизайн, відеоігри, анімація та багато інших, має значний практичний досвід та застосування. Але з появою цифрових технологій та інтернету, що призвів до бурхливого зростання візуальних медіа, виникла потреба у популяризації та просуванні сучасних напрямів образотворчого мистецтва на широку аудиторію [1]. Тому, на сьогодні все більш стає актуальним питання, відносно потенціалу соціальних мереж, а саме оптимізація доступності мистецтва та збільшення аудиторії для митців та розглянути виклики які цьому перешкоджають.

Результати та обговорення. Традиційно доступ до мистецтва часто обмежувався фізичними галереями, музеями та культурними установами. Однак соціальні медіа зруйнували ці бар'єри, зробивши мистецтво доступним для всіх, хто має доступ до інтернету. Художники тепер можуть демонструвати свої роботи на таких платформах, як Instagram, Twitter і TikTok, охоплюючи глобальну аудиторію без посередників. Така демократизація доступу дозволила молодим митцям стати помітними,

налагодити зв'язок з ентузіастами мистецтва та створити віддану аудиторію [2]. Платформи соціальних мереж також розширили розмаїття мистецтва, доступного для споживання. Митці з різним досвідом, культурою та регіонами тепер можуть ділитися своїми унікальними поглядами, кидаючи виклик традиційним уявленням про мистецтво та розширюючи мистецький дискурс. Така інклюзивність сприяє культурному обміну, пропагує розмаїття мистецького самовираження та надає можливості недостатньо представленим митцям здобути визнання [3].

Платформи соціальних мереж створили віртуальну спільноту, де митці можуть спілкуватися, співпрацювати та підтримувати один одного. Митці можуть налагоджувати зв'язки, ділитися досвідом та обмінюватися ідеями, розвиваючи почуття товарищескості та взаємного зростання. Мистецькі онлайн-спільноти надають простір для зворотного зв'язку, критики та наставництва, що дає можливість митцям вдосконалювати свої навички та розширювати мистецькі горизонти [4]. Крім того, соціальні медіа дозволяють здійснювати пряму взаємодію між митцями та їхньою аудиторією. Завдяки коментарям, повідомленням і прямим трансляціям митці можуть спілкуватися зі своїми підписниками, отримувати зворотній зв'язок і встановлювати значущі зв'язки. Цей прямиий зв'язок «гуманізує» мистецький процес, створюючи глибше відчуття вдячності та взаєморозуміння між митцем та його аудиторією [5]. Соціальні медіа-платформи надають художникам динамічну платформу для демонстрації своїх робіт та експериментів з різними форматами. Митці можуть ділитися зображеннями, відео, хронометражем та закулісними моментами свого творчого процесу. Таке багатовимірне представлення мистецтва посилює досвід глядача і сприяє глибшому зв'язку з твором мистецтва [6]. Соціальні медіа-платформи пропонують інноваційні способи представлення мистецтва, такі як віртуальні виставки, кураторські стрічки та тематичні хештеги. Ці можливості дозволяють художникам керувати своєю онлайн-присутністю, розповідати переконливі візуальні наративи та занурювати аудиторію у свою мистецьку мандрівку. Використовуючи творчі можливості соціальних мереж, художники можуть вийти за рамки обмежень фізичних виставок і дослідити нові шляхи для самовираження [7].

Соціальні медіа не лише розширили аудиторію для митців, але й створили можливості для монетизації та сталої кар'єри. Митці можуть використовувати свою онлайн-присутність для продажу робіт безпосередньо колекціонерам, співпраці з брендами та участі в онлайн-маркетплейсах. Платформи соціальних мереж стали віртуальними ринками, де художники можуть демонструвати своє портфоліо, домовлятися про комісійні та зарекомендувати себе як професіоналів [8]. Крім того, соціальні медіа дозволяють художникам будувати свій особистий бренд і залучати спонсорів. Завдяки потужній онлайн-присутності художники можуть взаємодіяти з інфлюенсерами, мистецькими виданнями та галереями, що веде до колаборацій та виставкових можливостей. Така цифрова видимість не лише приносить дохід, але й підвищує довіру до художника та його видимість в арт-індустрії [9].

Висновки. Соціальні медіа значно розширили доступність мистецтва та збільшили аудиторію для митців. Подолання цифрового розриву та забезпечення рівного доступу до технологій і навичок цифрової грамотності є важливими для створення більш інклюзивної мистецької екосистеми. Алгоритми та видимість контенту повинні надавати пріоритет розмаїттю та забезпечувати видимість молодим митцям. Захист автентичності та прав інтелектуальної власності захистить творчість митців і сприятиме поширенню етичних практик. Залучення аудиторії серед величезного контенту в соціальних мережах вимагає інноваційних підходів і заохочення користувачів присвячувати час оцінюванню мистецтва. Досягнення балансу між комерціалізацією та художньою цілісністю має вирішальне значення для митців, щоб «монетизувати» свою роботу, зберігаючи при цьому своє бачення. Вирішуючи ці проблеми спільно, соціальні медіа можуть продовжувати розширювати доступ до мистецтва та з'єднувати митців з глобальною аудиторією, сприяючи формуванню яскравої та різноманітної мистецької спільноти.

### Література:

1. Пилипчук О.Д., Кривенко О.В. Використання сучасних напрямків образотворчого мистецтва у проектно-дизайнерській практиці як засобів організації естетичного предметно-просторового середовища. Містобудування та територіальне планування. Київ: КНУБА, 2020. Вип. № 75. С. 317–327. DOI: <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2020.75.317-327>.
2. Garber E. Social Justice and Art Education. (2004). *University of Illinois Press*. Vol. 30, No. 2, pp. 4-22.
3. Skippington P. Conviction, Connection, Creativity and Courage: A New Model for Creative Community Development. 2016. ANU Press, pp. 215-252
4. Delacruz E. M. (2009). Art Education Aims in the Age of New Media: Moving Toward Global Civil Society. *National Art Education Association*. Vol. 62, No. 5, pp. 13-18.
5. Stack M., Kelly D. M. (2006). Popular Media, Education, and Resistance. *Canadian Society for the Study of Education*. Vol. 29, No. 1, pp. 5-26. DOI: <https://doi.org/10.2307/20054144>
6. Russell R. L., Hutzel K. (2007). Promoting Social and Emotional Learning through Service-Learning Art Projects. *National Art Education Association*. Vol. 60, No. 3, pp. 6-11.
7. Syvertsen T., Enli G., Mjos O. J., Moe H. (2014). TWO Media Use. The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era. Michigan: *University of Michigan Press, Digitalculturebooks*, p 156. DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctv65swsg.5>
8. Zelizer V. A. (2000). Monetization and Social Life. *Stichting Ethnofoor*. Vol. 13, No. 2, pp. 5-15.
9. Dages H. (2022). Commercial, cultural, and entertainment social media. Atlantic Council. Atlantic Council, Том, January 2022, pp. 6-11.