

3. Manovich L. Instagram and Contemporary Image. 2017. 148 p. *Manovich.net*: веб-сайт. URL: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> (Last accessed: 11.04.2024).

4. Manovich L. Separate and Reassemble: Generative AI Through the Lens of Art and Media Histories. *Manovich L., Arielli E. Artificial Aesthetics: Generative AI, Art, and Visual Media*. URL: <http://manovich.net/content/04-projects/168-artificial-aesthetics/manovich-artificial-aesthetics-ch7.pdf> (Last accessed: 12.04.2024).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-390-6-30>

МИСТЕЦТВО НА ЕКРАНІ: ЯК ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІНЮЮТЬ МИСТЕЦЬКУ КРИТИКУ

Григоришин Д. С.

студент III курсу

*Навчально-науковий інститут філософії та освітньої політики
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

У сучасному світі, де технології стирають межі між авторами та аудиторією, сприйняття мистецтва переживає період значних трансформацій. Мистецька критика, яка раніше була прерогативою вузьких кіл, нині розквітає у епоху цифрових технологій. Завдяки таким платформам як Instagram, TikTok, YouTube, кожен може стати критиком. Раптово глобальна аудиторія може лайкнути, поділитися чи прокоментувати твір. Цей зсув означає миттєвий зворотній зв'язок, що може вивести артистів на світову арену за одну ніч. Водночас не всі відгуки позитивні, так само швидко творця можуть закенселити і змести з олімпу слави. Таке безпосереднє спілкування може змінити, а іноді й перевизначити художнє бачення. Однак, це не лише про популярність: через коментарі та пряме спілкування художники вступають у діалог, що демократизує та збагачує світ художньої оцінки.

Критика художніх робіт на таких платформах, як Instagram або Twitter, дає безліч переваг у цифрову епоху. Перш за все, художники отримують безпрецедентну глобальну популярність. Один пост може долати кордони, знайомлячи міжнародну аудиторію з творчістю автора. Ба більше, співпраця виникає легко. Завдяки онлайн-взаємодії митці знаходять однодумців, що призводить до створення спільних проєктів та нових поглядів.

Крім того, завдяки широкій аудиторії інтерпретації різноманітні. Твір може по-різному резонувати в різних культурах, розкриваючи багатогранні значення. До того ж, оперативність зворотного зв'язку

прискорює зростання. Художники можуть удосконалювати методи або досліджувати нові напрями, ґрунтуючись на реакціях у реальному часі. Отже, хоча традиційні напрями критики залишаються актуальними, цифрова сфера розширює, урізноманітнює та прискорює розмову про творчість, сприяючи створенню більш зв'язаної, поінформованої та динамічної мистецької спільноти [1].

Оскільки існування мистецтва у соціальних мережах – це, безумовно, зіткнення традицій та інновацій, звичного та нового, цікаво поглянути на сприйняття мистецтва в інтернеті через призму поколінневої теорії.

Як в цифровому просторі уживаються люди, виховані мистецькими альманахами, книжками та фанатичними субкультурами, з молоддю, яка народилася зі смартфоном в руках?

У статті «Особистісна ідентичність у просторі віртуальної культури: на прикладі гік та глем-суперсубкультур» [2] виокремлюються та протиставляються такі продукуючі цифровий контент субкультури як глем та гік.

Глем-культура відображає сучасне суспільне захоплення поп-ідолами та культом наслідування, яке поширюється через соціальні медіа. Ця культура акцентує на швидкості та візуальності споживання контенту, де популярні образи та тренди копіюються в масовому порядку. Ключові характеристики включають поверхове наслідування стилів, поведінки і способів життя видатних особистостей, часто без глибокого змісту чи персональної ідентифікації. Це також веде до закриття індивідів у власних «бульбашках», де вони шукають лише схвалення та унікають критики.

Гік-культура – це субкультура, яка вирізняється відокремленістю від загальних інформаційних потоків, зосередженістю на власних інтересах та цінностях. Гік-культура оцінюється через призму знань та технічних навичок, що виділяють її представників як еліту в цифровому світі. Така субкультура прагне до створення глибоких, тематично зосереджених спільнот, що долучаються до активної участі у спільних проєктах та інноваціях[2].

Представники покоління з тяжіє до продукування глем-контенту, а саме реплікації та переробки існуючого контенту. Здебільшого їх реакція на політику, культуру, мистецтво обмежується ретрансляцією вузького кола думок та вражень, запозичених у «лідерів думок» або ж хаотично виокремлених з інформаційного потоку.

Та разом з тим, молоде покоління має неабиякий хист у розумінні інтернет-естетики, ба більше, розумного її використання. В них ніби на біологічному рівні інтегроване розуміння, як має виглядати гарне превью, як правильно змонтувати відео чи як лаконічно вмістити прірву інформації у невеликому пості.

Натомість, розглядаючи онлайн-діяльність покоління X, можна помітити схильність до гік-підходу: величезні та змістовні рецензії, всеохоплюючі та глибокі, неординарні за підходом. І, звісно, тотальне

невміння подавати та просувати себе., оскільки серед них поширеною є думка, що якщо публікація написана якісно, немає необхідності робити їй глянцеvu обгортку, аудиторії це не потрібно, вона і так зацікавиться.

У цьому розрізі завжди цікаво спостерігати за об'єднанням зусиль молодих з досвідченими, де другі розробляють контент та пропонують сенси, а перші таргетують аудиторію читачів, формують наративи візуальної естетики, забезпечують регулярність зворотного зв'язку з аудиторією. Така синергетична взаємодія може бути дивовижно продуктивною.

Зрештою, в епоху цифрових технологій, де кожен може виступати критиком, мистецький дискурс переживає небувалі перетворення. Завдяки доступності соціальних медіа, мистецька критика стає широко доступною, що збагачує діалог між художниками та аудиторією, що підштовхує до діалогу та плідної співпраці не тільки представників різних культур та галузей, а й поколінь.

Література:

1. Stevens Alexandra. The Evolution of Art Critique in the Age of Social Media. Art-Business News, 29 August 2023. URL: <https://artbusinessnews.com/2023/08/the-evolution-of-art-critique-in-the-age-of-social-media/>

2. Osadcha L. Personal identity in the space of virtual culture: on the example of geek and glam subcultures. Anthropological Measurements of Philosophical Research, № 22. 2022, Pp. 90-98. DOI: <https://doi.org/10.15802/ampr.v0i22.271341>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-390-6-31>

ВИКОРИСТАННЯ КУЛЬТУРНИХ АРТЕФАКТІВ ТА ТВОРІВ МИСТЕЦТВА ДЛЯ ФАНДРЕЙЗИНГУ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Грушецький В. В.

студент III курсу

*Навчально-науковий інститут філософії та освітньої політики
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

З початку повномасштабного вторгнення відбувся стрімкий розвиток способів фандрейзингу ресурсів серед громадян та бізнесу для забезпечення потреб військових, переселенців та постраждалих від воєнних дій. При цьому, чим далі, тим більш конкурентною стає