

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

боротьба благодійників за отримання «донату» на свій збір. Це спонукає волонтерів та фонди застосовувати різні інструменти зацікавлення та привернення уваги аудиторії. Одним з таких інструментів є продаж або розігрування творів мистецтва і культурних артефактів на зборах та аукціонах. Дієвість використання цього інструменту ми пропонуємо розглянути в цій роботі.

Консолідація українського суспільства з початком повномасштабного вторгнення росії сягнула свого піку за роки незалежності та проявилась у швидкій та ефективній горизонтальній суспільній комунікації з метою підтримки військових, переселенців та осіб, постраждалих від воєнних дій. Одним з яскравих проявів цього феномену є розвиток фандрейзингу ресурсів серед населення та бізнесу у форматі проведення зборів коштів благодійними фондами та волонтерами. З плином часу та постійним зростанням потреб, таких зборів почало ставати дедалі більше, з'явилась свого роду «конкуренція» між ініціативами благодійників. Це призвело до необхідності пошуку креативних інструментів привернення суспільної уваги до благодійних акцій та зборів, один з яких – це продаж або розіграш культурних артефактів та творів мистецтва за благодійний внесок. При чому створення цих культурних артефактів та творів мистецтва відбувається у живому часі.

Українські дослідники Карпенко О.Ю. та Неклесова В.Ю. у своїй роботі «Асоціативний шлейф культурних артефактів» зазначають, що культурний артефакт – це форма відтворення культурної традиції, яка вирізняється варіативністю, унікальністю, індивідуальністю інтерпретації та символічною аурою [1]. Під час війни такими властивостями вирізняються в першу чергу ті речі, які з'явилися в результаті резонансних військових дій, операцій, ворожих обстрілів тощо.

Показовим прикладом створення таких артефактів є «Штурмовий збір» для забезпечення потреб Третьої Окремої Штурмової Бригади. Лідери думок поєднали зусилля з Музеєм Фрагментів Війни та створили 24 скляних куби, всередині яких залиті різні предмети, що мають пам'ятну значущість, до прикладу: фрагмент літака Ан-225 «Мрія», квиток Маріупольського кінотеатру на останній сеанс за два дні до повномасштабного вторгнення, трофейний телефон ворога, який вдалося здобути бійцям Третьої Окремої штурмової бригади після звільнення селища, яке перебувало в оточенні, шматок плитки одного зі знищених будинків Харківщини, вольтметр, знайдений в аеропорту Чорнобаївки та інші [2]. Завдяки розіграшу цих фрагментів вдалося зібрати 30 млн гривень.

Одна з трихотомій американського філософа Чарльза Пірса, за якою він класифікує знаки, є поділ їх на такі різновиди: ікони, індекси та символи. В основі такого поділу лежить специфіка відношень, необхідних для їх виникнення та розуміння. В статті «Класифікація знаків у семіотиці Чарльза Пірса» Олег Шепетяк зазначає, що за Пірсом значення ікони визначається

самою річчю, індексу – свідомістю творця знаку, а символ – характеризується активною присутністю не тільки об'єкта знаку та свідомості того, хто цей знак сприймає, а й інтерсуб'єктивної свідомості колективу, в якому твориться конвенція або звичка щодо прийняття та використання знаку в певному значенні [3].

Сьогодні в Україні, під час великої війни ті твори мистецтва, культурні артефакти та іноді просто речі, які були продані за донат на благодійність, стають символами та набувають нового меморизаційного чи мистецького значення.

Наприклад, співачка Надя Дорофєєва на концерті у Києві продала шапку з вухами з кліпу «На самоті» за 2 млн гривень на потреби 12-тої бригади спеціального призначення «Азов» [4].

Проводяться аукціони та розіграші робіт як відомих, так і молодих митців. Благодійний фонд Сергія Притули одним з перших почав активно користуватися цим інструментом ще з на початку вторгнення 2022 року, продавши на аукціоні картину Марії Примаченко «Квіти вирости коло четвертого блока» за 500 тис. доларів [5].

Український ресурс The Ukrainian зробив підбірку «Креативні ініціативи на підтримку армії», в якому на прикладах показав, що українські митці використовують будь-яке своє мистецтво, від NFT, постерів і пісень до картин, скульптур і фотографій для фандрейзингу фінансових ресурсів на військові потреби [6]. Цікаво, що такі продажі та аукціони дають можливість молодим та маловідомим митцям стати успішними учасниками сучасного арт-ринку та здобути перших поціновувачів своєї творчості, як наслідок, зростання їх ринкової вартості та аудиторії у соцмережах.

Таким чином, завдяки тому, що в Україні під час повномасштабної війни культурні артефакти та мистецтво стали інструментами залучення донатів на армію, а речі, які були продані або розіграні за донат почали набувати символічних сенсів, сформувалися сприятливі умови для розвитку та розширення українського арт-ринку, формування нових мистецьких споживчих практик та комунікативних каналів, що поєднують творчість, підприємництво та мистецьке експертне середовище. Мистецтво отримало інструмент для популяризації серед широкої аудиторії, що позитивно впливає на розвиток українського мистецького середовища в цілому.

Література:

1. Карпенко О. Ю., Неклесова В. Ю. Асоціативний шлейф культурних артефактів (на матеріалі власних назв масової культури). Записки з романо-германської філології. 2023. Випуск 1 (50), стр. 107-125.
2. Шепетяк Олег. Класифікація знаків у семіотиці Чарльза Пірса. Університетська кафедра. Вип. 3. 2014. С. 129-136. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197227019.pdf>

3. Штурмовий збір. Фонд «Підтримай Третю Штурмову». URL: <https://ab3.support/shтурмову-й-zbir>

4. Гичко Марта. Дорофєєва продала свої вуха з кліпу «На самоті» за 2 млн гривень. УНІАН, від 9 грудня 2023. URL: <https://www.unian.ua/lite/stars/dorofyeyeva-prodala-svoji-vuha-z-klipu-na-samoti-za-2-mln-griven-12479382.html>

5. Ткачук Борис. Картину Марії Примаченко продали на аукціоні за 500 тис. Гроші підуть на потреби ЗСУ. Hromadske, від 6 травня 2022. URL: <https://hromadske.ua/posts/kartinu-mariyi-primachenko-prodali-na-aukcioni-za-dollar500-000-groshi-pidut-na-potrebi-zsu>

6. Креативні ініціативи на підтримку армії. Ukraïner, від 5 травня 2022. URL: <https://www.ukraïner.net/kreatyv-armii/>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-390-6-32>

ПЕРФОРМАТИВНЕ МИСТЕЦТВО В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

Железняк Д. С.

студентка I курсу магістратури

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

Традиційні форми мистецтва, такі як живопис, скульптура та театр, продовжують захоплювати публіку, проте також набувають популярності нові формати, які розширюють розуміння мистецтва. Одним з таких явищ є перформанс. У сучасному світі, де цифрові технології проникають у всі сфери життя, мистецтво не стає винятком.

Соціальні мережі стали одним з вдалих майданчиків для перформансу. Завдяки своїм інтерактивним можливостям та широкій аудиторії вони дають нові інструменти для самовираження та спілкування з публікою. Як зазначає Русаков С., імерсивне мистецтво починає відігравати нову роль на артринку. Використання новітніх технологій розширило можливості для створення імерсивних мистецьких інсталяцій, що сприяє зростанню інтересу до мистецтва та відвідуваності подій у сфері артринку [9, с. 129]. Перформанс в соціальних мережах стає все більш популярним, і має значний вплив на те, як ми сприймаємо та переживаємо мистецтво.

Мета полягає в дослідженні, як соціальні мережі впливають на розширення меж перформансу, а також аналізі обраних прикладів задля оцінки їхнього впливу на розвиток мистецтва соціальних процесів.