

Він одночасно мертвий, як старе ранчо, і живий, як подіум у центрі модного міста. Він демонструє алогічну, вибухову пристрасть до маргінальних, покинутих просторів, видобуваючи з них креативний і неповторний сенс. Свобода і легкість перевтілень Texas Gothic, його культурна еkleктика заявляє про перспективність цього руху, що може вийти за межі Техасу і стати глобальним явищем.

Література:

1. Amber Elliott. New in Round Top: Inside the first-ever designer show house and a trendy fashion show at Sapana. *Houston Chronicle*. 2024. URL: <https://www.houstonchronicle.com/lifestyle/article/round-top-designer-show-house-sapana-20252956.php> (дата звернення: 06.04.2025 р.)
2. Kan Magerman. The Next Wave of Goth is Now. *Soundsandshadown*. 2020. URL: <https://soundsandshadows.com/2020/09/18/the-next-wave-of-goth-is-now/> (дата звернення: 16.04.2025 р.)
3. Kristina McGuirk. Add Instant Drama to Your Home with the Western Gothic Aesthetic. *Better Homes & Gardens*. 2024. URL: <https://www.bhg.com/western-gothic-style-8546823> (дата звернення: 06.04.2025 р.)
4. Simon Pruitt. How Goths Deal with the Actual and Political Climate in Texas. *Dallas Observer*. 2024. URL: <https://www.dallasobserver.com/arts/dallas-goths-on-how-they-deal-with-the-actual-and-political-climate-in-texas-19876228> (дата звернення: 06.04.2025 р.)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-500-9-37>

СУЧАСНІ ПЛАТФОРМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ МИСТЕЦТВА

Білокобильский Б. Ю.

студент IV курсу

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

Цифрова революція та повсюдне поширення соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, TikTok та інші, спричинили глибокі трансформації практично в усіх сферах сучасного суспільства. Культурна та мистецька царини не стали винятком, зазнавши всеохоплюючого впливу цих нових технологій. Соціальні мережі еволюціонували від простих інструментів для спілкування до потужних платформ, що формують суспільну думку, визначають культурні тренди, слугують майданчиками для ведення бізнесу та інструментами

для культурної ідентифікації та самоорганізації соціальних груп. Вони стали невід'ємною частиною життя мільярдів людей, змінюючи способи взаємодії, споживання інформації та прийняття рішень. У цьому новому цифровому ландшафті світ мистецтва переживає фундаментальні зміни. Соціальні мережі не просто доповнюють традиційні мистецькі практики, але й кардинально змінюють те, як мистецтво створюється, демонструється, розповсюджується, сприймається аудиторією та монетизується. Вони відкривають безпрецедентні можливості для митців у плані доступу до глобальної аудиторії, але водночас ставлять нові виклики, пов'язані з авторським правом, автентичністю, впливом алгоритмів та комерціалізацією.

Соціальні мережі радикально змінили інструментарій сучасного митця, перетворившись із допоміжних засобів комунікації на інтегральну частину творчого процесу та основний канал для демонстрації й просування робіт. Для багатьох художників їхні профілі в Instagram, Facebook чи TikTok стали не лише віртуальними портфоліо, але й своєрідними майстернями та виставковими просторами, де відбувається не тільки показ готових творів, але й розкриття процесу їх створення, взаємодія з аудиторією та формування особистого бренду. Цей перехід до цифрового простору вимагає від митців розробки специфічних стратегій для кожної платформи.

Наприклад завдяки своєму візуальному фокусу, Instagram став де-факто основною платформою для багатьох художників, дизайнерів та фотографів. Його велика та активна спільнота, що може включати кураторів, колекціонерів, мистецтвознавців та інших митців, робить його ідеальним місцем для пошуку нових талантів та налагодження професійних контактів. Використання релевантних хештегів дозволяє значно розширити аудиторію та привернути увагу зацікавлених користувачів. Функції Stories та Reels надають можливість ділитися «закулісними» моментами творчого процесу, демонструвати деталі робіт у динаміці та створювати короткі вірусні відео, що сприяє глибшій взаємодії з підписниками. Українські митці активно використовують Instagram для самовираження, розповіді про свої мистецькі пошуки та безпосереднього спілкування з аудиторією, що робить платформу важливим інструментом для відкриття нових імен. Ця платформа, що стрімко набрала популярність завдяки формату коротких, часто розважальних відео, також знаходить своє застосування у мистецькому світі. TikTok відомий своїми трендами та потенціалом для швидкої вітальності, він може слугувати майданчиком для представників різних професій, включаючи художників, для здобуття широкої, хоч і потенційно мінливої, аудиторії. Митці можуть використовувати платформу для демонстрації процесу створення, створення відео-арту або навіть інтеграції трендових елементів (музики, танців) у свої перформанси. Можливість завантажувати відео тривалістю до 10 хвилин розширює потенціал для більш змістовного контенту.

Залишаючись однією з найбільших соціальних мереж, Facebook надає митцям інструменти для створення повноцінних сторінок свого бренду, де можна публікувати оновлення, інформацію про виставки та ділитися творчим процесом. Важливою функцією є можливість створювати та просувати події, такі як відкриття виставок чи арт-шоу. Участь у численних мистецьких групах дозволяє налагодити контакти з колегами, обмінюватися досвідом та знаходити нових шанувальників чи покупців. Музеї та культурні інституції також активно використовують Facebook для маркетингу та залучення відвідувачів.

Окрім “великої трійки”, митці використовують й інші канали. Twitter ефективний для поширення новин та використання хештегів для залучення до дискусій. Спеціалізовані форуми на Reddit можуть слугувати місцем для обговорення та отримання зворотного зв'язку. Платформа Ello позиціонується як простір, створений спеціально для творчих людей, пропонуючи чистий інтерфейс без реклами. YouTube залишається ключовим майданчиком для відеоконтенту: від музичних кліпів та записів перформансів до навчальних відео та віртуальних турів. Telegram набуває популярності для створення каналів, що забезпечують глибший та більш прямий зв'язок із найвідданішою аудиторією. Існують також спеціалізовані арт-платформи, як Arthive, що поєднують функції соціальної мережі з можливостями продажу та просування робіт.

Успішна присутність митця в соціальних мережах вимагає продуманої контент-стратегії. Важливими елементами є регулярність публікацій, створення якісного та оригінального контенту, який резонує з цільовою аудиторією та відповідає її інтересам. Демонстрація процесу створення, розповідь історій, що стоять за роботами, та висвітлення особистих роздумів і переживань сприяють встановленню більш глибокого зв'язку з підписниками. Активна взаємодія через коментарі, відповіді на запитання та прямі повідомлення є ключовою для побудови лояльної спільноти.

Сучасні технології також розширюють арсенал митця. Віртуальна (VR) та доповнена (AR) реальність, 3D-друк дозволяють створювати нові форми мистецтва або доповнювати традиційні техніки, а соціальні мережі стають платформою для їх представлення. Цифрові художники експериментують зі штучним інтелектом, генеративним мистецтвом, візуалізацією наукових даних, створюючи складні та інноваційні твори, які знаходять свою аудиторію онлайн.

Водночас занурення у світ соціальних мереж вимагає від митців не лише технічних навичок, але й психологічної стійкості. Важливо аналізувати власний емоційний стан та свідомо розподіляти енергію між безпосередньою творчістю та необхідною, але часто виснажливою, роботою з просування та продажу своїх робіт.

Література:

1. Мистецтво та технології: як цифрові інновації змінюють світ мистецтва – LifeUA: веб-сайт. URL: <http://www.life-ua.com/%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE-%D1%82%D0%B0-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97-%D1%8F%D0%BA-%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%96-%D1%96%D0%BD/> (дата звернення: 21.04.2025)
2. Микола Малуха. Просувати мистецтво без онлайну неможливо. Інфографіка, Ipress: веб-сайт. URL: http://ipress.ua/news/prosuvaty_mystetstvo_bez_onlaynu_nemozhlyvo_info_grafika_13966.html (дата звернення: 21.04.2025)
3. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм. *Вісник. Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 3. С. 39–44.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-500-9-38>

ФЕНОМЕН ФАН-БАЗ РОК-ВИКОНАВЦІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Бондарук У. А.

*студентка І курсу факультету культури і мистецтв
Волинський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

У цифрову добу соціальні мережі значно трансформують функціонування музичної культури, зокрема в контексті рок-музики, що традиційно асоціюється з ідеалами свободи, протесту та індивідуалізму. Зміни, зумовлені новими платформами для комунікації, позначилися не лише на формах продукування та поширення музичного контенту, але й на взаємодії між артистами та їхніми прихильниками. Реципієнти завдяки технічним можливостям набули статусу активних учасників процесу виробництва, поширення та інтерпретації музичного продукту. Визначальний вплив соцмереж на сучасну індустрію рок-музики не можливо заперечити. Д. Салліван зазначає, що «Соціальні медіа також дають митцям новий погляд на свою аудиторію. Сайти надають інформацію про статі, вік і демографічні дані...Соціальні медіа – це найпростіший спосіб просування на міжнародному рівні. Це дозволяє виконавцям безпосередньо взаємодіяти зі своїми фан-базами та ділитися з ними набагато більше...» [6]