

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи

Кафедра періодичної преси та медіаредагування

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

«Роль сучасної артіндустрії в розвитку місцевої громади
(серія журналістських матеріалів)»

«The role of the modern art industry in the development of the local
community (a series of journalistic materials)»

Виконала: здобувачка заочної форми навчання
спеціальності 061 журналістика

Освітня програма «Журналістика»

Крамарчук Юлія Максимівна

Керівник ст. викл. Блінов Є. М.

(підпис)

Рецензент д. н. із соціал. комун., проф. Іванова О. А.

Рекомендовано до захисту:
Протокол засідання кафедри

№ _____ від _____ . _____ .20 ____ р.

Завідувач(ка) кафедри

(підпис)

(прізвище, ім'я)

Захищено на засіданні ЕК №__
протокол №__ від __. __.20__ р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою/шкалою ECTS/ бали)

Голова ЕК

(підпис)

(прізвище, ім'я)

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
ОБґРУНТУВАННЯ ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ.....	5
ОПИС ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ.....	13
ВИСНОВКИ.....	16
БІБЛЮГРАФІЯ.....	19
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Роль сучасної артіндустрії у розвитку місцевої громади є ключовою в створенні економічних стовпів для регіону, розширення культурного впливу на національному рівні, залучення державних та міжнародних інвестицій, партнерства, підвищенні освітнього рівня та зацікавленості у мистецтві громади.

Згідно з міжнародною практикою та справного функціонування артіндустрії, культурний сегмент — важлива частина економічного простору, який є не лише фінансовим джерелом, податку з продажів, але й має вплив на громадянську, суспільну свідомість населення.

Культурна зацікавленість та актуальна філософія, виражена через творчість — індикатор суспільних процесів та ідеологічних течій. Мистецтво створюється для суспільного заспокоєння, як засіб вираження занепокоєння певними тенденціями та процесами. Митці починають творити не лише із страждань, але й натхнення. Через артпродукт суб'єкт може поширювати певні ідеї, створювати конкретні настрої та задавати глобальні соціальні тенденції.

Розвиток артіндустрії на місцевому рівні дозволяє не тільки залучати додаткові кошти в бюджет (податки, продаж квитків та ін.), але й зміцнювати згуртованість спільноти у воєнний час, що й обумовлює **актуальність роботи**.

Мета дослідження — дослідити сучасний стан артіндустрії, здійснити її аналіз на рівні місцевого самоврядування.

Завданнями кваліфікаційної роботи є дослідження функціонування системи місцевого самоуправління в умовах війни, виявлення суті артіндустрії, її особливості та виклики, з якими стикаються представники цього сегменту; порівняння міжнародного, а саме США, й українського досвіду функціонування артсфери на місцевому рівні; спостереження за тим, як відбуваються актуальні творчі ініціативи; надання пропозицій щодо розвитку артіндустрії на рівні громади.

Об'єкт дослідження — сучасна артіндустрія.

Предмет дослідження — вплив артіндустрії на розвиток місцевої громади.

Методи дослідження: аналіз артпроектів, особистих історій та мистецьких подій; аналіз нормативно-правових актів; інтерв'ю.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ

Протягом війни між Україною та РФ артисти здійснювали важливу функцію — підняття та утримання психологічного та бойового духу, транслювали серед земляків та за кордоном через артповідомлення: інформування про військові злочини, емпатію, скорботу, заклики до моральної стійкості, звертали уваги на актуальні проблеми у зв'язку з війною. Наприклад, «Привид Києва» — легенда, яка підняла дух українців [13]. Мистецтво зіграло роль вісника, завдяки чому світова спільнота почула Україну.

Це відбулося не лише з причин співчуття, але й через особливе ставлення розвинутих країн до культури загалом. За кордоном інститут артменджменту добре розвинутий, люди залюбки купують витвори мистецтва за гідні його гроші та розвивають артсегмент. Звісно, органи державної влади та місцевого самоврядування отримують не тільки бюджетні надходження від такої діяльності, але мають змогу формувати культурний простір.

Сьогодні, завдяки вдалій стратегії публічної дипломатії, про Україну говорять за її межами. За кордоном зростає попит на українську творчість. Багато наших артистів гастролюють світом, іноземці залюбки знайомляться з нашими виконавцями, а ті, в свою чергу, поширюють активну громадянську позицію, заохочуючи до підтримки нашої держави у ці важкі часи. Розвиток артіндустрії на державному й місцевому рівні хоча й не на першому місці пріоритетності у стані війни, але потребує уваги, адже перспектива цього напрямку дуже приваблива. По-перше, в Україні існує ряд певних проблем: недостатньо розвинута академічна підготовка кадрів, не передбачені механізми контролю та оподаткування збуту творчого продукту, недостатня правова база, відсутність фінансової та організаційної підтримки починаючих артистів, невелика кількість творчих просторів для здобуття «культурного досвіду», як виробів, так й відвідувачів галерей, виставок, фестивалей, заходів за підтримки місцевої влади [24, 215]. По-друге, артіндустрія та її розвинутість — індикатор

культурного рівня населення та способів впливу. Це два дуже тісно взаємозв'язані фактори. Тобто, цей інструмент не може працювати, якщо відсутній попит та можливість його використання. Попит, в свою чергу з'являється за умови активного впровадження можливостей: публічна позитивна пропаганда культури. При чому культура повинна проявлятися не штучно, а від самих митців. Держава вже дуже вправно використовує арт для трансляції українських цінностей за кордон, але на місцевому рівні потрібен інший підхід, адже ми говоримо про формування масового інтересу та потреби цінувати, купувати, говорити про мистецтво, переосмислити ставлення до нього. Соціуму потрібно донести, що насолода та розуміння культурного продукту — це не лише примха багатіїв, але й риса просто освіченої, всебічно розвинутої людини й за гарну артроботу приємно платити гроші, бо артпродукт — це робота, яка потребує особливого бачення від автору, часу та матеріальних збитків. Науковці Ладонько Л. та Воронко О. відзначають, що незадовільний економічний стан багатьох державних установ і закладів культурної і соціальної сфер призвели до підготовки нових керівних кадрів у сфері культури. Ці кадри повинні були краще розкрити себе в ринкових умовах і вміло використовувати комерційні можливості [11, 69-70 с.].

Особливу увагу слід приділяти донесенню до світу інформації, що саме уродженці України (а не Росії, як стверджує пропаганда країни-агресора) стали відомими діячами культури за кордоном. Ідеться про голлівудського актора Джека Паланса, винахідника Ігоря Сікорського, танцівника Сержа Лифаря, кіноакторку Міллу Йовович та інших митців [9].

Стабільний інтерес до мистецтва в кооперації з творчим групами, елітою, лідерами думок органи влади можуть використовувати як інструмент вигідного державі та громадянам впливу на суспільну свідомість, впроваджуючи ідеї єдності, стійкості, особистого розвитку, психологічної стабільності, укріплення загальної соціальної спроможності до комунікацій між різними верствами

населення, у яких є спільна риса — повага до мистецтва. Арт об'єднує та дозволяє підтримувати психіку в нормальному тонусі.

Наша країна стала дуже відома завдяки багаторівневої публічної дипломатії. Багато іноземців, завдяки ЗМІ та українським біженцям тепер знають, що Україна — недорога для європейського туриста країна з неперевершеною природою, високим рівнем обслуговування, багатою та красивою історичною культурою, розвинутою цифровою системою віддаленого обслуговування, дуже красивими та привітливими людьми. Тут ще, як одна з причин відвідати Україну повинна бути саме мистецька культура. Європейці, американці дуже цінують мистецтво та люблять купувати за дуже великі гроші вироби мистецтва для свого дому чи для бізнесу. Артпродукт — найкращий сувенір, привезений з України. Для цього потрібні офіційні артпредставництва — рекомендовані державою, містом, офіційні арттовариства, акціонерні дома, галереї, постійні культурно-розважальні та демонстративні заходи, їх активне рекламування, особливо, в туристичний сезон. Наприклад, PinchukArtCentre, який є міжнародним хабом сучасних мистецтв, арт-центр, який тісно співпрацює з міжнародною творчої спільнотою [19]. Відбуваються й інші культурні події, зокрема щодо звільнення наших військовополонених [3].

Центральна та регіональна влада України сьогодні сфокусована на публічній дипломатії. В умовах війни наша країна потребує фінансової підтримки, але не можна забувати про перспективи, адже певну частину фінансової допомоги країна повинна повернути у майбутньому, тож зараз влада, спеціалісти в сфері економіки, науки та бізнесу, громада як орган контролю та суспільної самоорганізації повинні працювати в синергії. Враховуючи те, що голос України дзвінко лунає в усіх куточках світу, особливої уваги потребує саме реалізація у туристичному, культурно-розважальному та артсегменті. Як один з інструментів поширення популярності української культури, історичної та естетичної цінності держави, кіно та його промоут може виконувати цю функцію. На офіційному сайті регуляторної служби України подана заява наказу

«Про затвердження Порядку прийняття Радою з державної підтримки кінематографії рішення про надання державної субсидії для проведення заходів, спрямованих на просування локацій України як привабливого місця для створення кінематографічної та аудіовізуальної продукції» станом на 02.05.24. [27].

Для реалізації цих можливостей, особливу роль грають місцеві громади. Як показує міжнародний досвід у системах державного управління, децентралізація влади на регіональну з спільним керувальним центром — це чудове рішення для виконання обов'язків, більш ретельної системної регуляції, прийняття необхідних рішень та дій на території певного регіону, розподілення місцевого бюджету, згідно потребам місцевої громади. Відповідно до теорії Інглєргарта, чим бідніша країна, тим менша швидкість перетворень, оскільки такі країни є статичними, закритими та консервативними при змінах та трансформаціях [11, 71].

Місцеве самоврядування є важливою складовою демократичного суспільства, що забезпечує ефективну взаємодію місцевих органів влади з мешканцями та стимулює розвиток регіонів. За даними О. Балана, однією з особливостей місцевого самоврядування в Одеській області є наявність кількох міст зі статусом обласного значення на її території, які мають власні органи місцевого самоврядування та відповідні повноваження [16]. Таким чином, місцеве самоврядування в Одеській області має складну структуру, що вимагає ефективної координації між міськими та обласними органами влади. А саме: 38 об'єднаних територіальних громад, близько 20,02 млрд. грн — бюджет для місцевого самоврядування станом на 2024 рік [4]. В Одеській області наявна необхідність покращення каналів комунікацій органів влади, їх постійна та швидка взаємодія на всіх етапах прийняття рішень виконавчими органами самоврядування. Зворотній зв'язок від громадян — це найкращий індикатор якості виконаних обов'язків перед громадою. Серед форм взаємодії О. Балан виділяє: публічні слухання, регулярні зустрічі з громадянами, онлайн платформи

та соціальні мережі, електронні петиції, громадські ради та консультації. ЗМІ. Автор вказує на проблематику діяльності органів місцевого самоврядування: недостатнє фінансування, бюрократичні перешкоди, низька взаємодія з громадою, недостатня прозорість рішень [16].

Питання ефективної діяльності органів публічної влади є одним із основних пріоритетів у діяльності демократичної держави. У зв'язку з інтеграцією України до Європейського Союзу, адміністративна система потребує трансформації старих форм й методів управлінської діяльності до нових. На думку дослідника Вдовиченко О. М., необхідно покращити саме механізм вибору та застосування методів публічного адміністрування для підвищення ефективності управлінських процесів. Науковець додає, що імплементація європейських норм — це найлегший шлях та вже перевірені досвідом методи розвинутих країн [5].

Існують певні особливості функціонування місцевого самоврядування в умовах війни. Дослідник В. Скоморовський зазначає: «В умовах воєнного часу інструменти здійснення місцевого самоврядування зазнали деяких змін. Суттєвий вплив на ці процеси мало посилення забезпечення обороноздатності країни, зміцнення заходів безпеки на місцях, створення військових адміністрацій. У сучасних реаліях військової обстановки в Україні основними завданнями органів місцевого самоврядування мають стати важливі завдання, пов'язані з відновленням розвитку територіальної громади; забезпеченням належного рівня життя населення в умовах війни; установами зв'язку з вимушеними переселенцями на території громади, надання їм підтримки та допомоги; допомогою релокованому бізнесу тощо» [25, 13]. Цікаве спостереження міститься в аналітичній доповіді за 2023 рік від Центру внутрішньополітичних досліджень Києва: «Територіальні громади в умовах війни пройшли краш-тест й стали базовою ланкою, що забезпечують стійкість тилу» [15, 5]. Автори доповіді також наголошують на тому, що на початковому етапі широкомасштабної російської агресії Територіальні громади

узяти на себе підтримку ЗСУ та частину їхніх функцій. Місцеве самоврядування довело свою життєздатність в умовах воєнного стану». Щоб в повному обсязі зрозуміти природу формування організаційних процесів, потрібно чітко визначити принципи, згідно яким формується курс висування, розгляду та прийняття рішень. Дослідниця О. Замрій наводить таку схему принципів діяльності органів місцевого самоврядування: загальні, специфічні та особливі з урахуванням територіальних особливостей певної громади) (див. Додаток 1) [7].

Публічне адміністрування — це базова функція та обов'язок місцевого самоврядування, так як забезпечує громадську поінформованість, контроль над рішеннями, їх реалізацією. У своїй праці О. Замрій підкреслює одну з основних проблем регулювання місцевої влади — відсутність єдиної міжрегіональної системи публічного управління.

Одеська влада активно застосовує інструменти публічних комунікацій. На офіційному сайті міста Одеси громадяни можуть ознайомитись з звітами засідань міської ради, виконавчого комітету, проектами, програмами розвитку, структуру департаментів та адміністрацій, інформацію для підприємців та громадян [17]. Щодо актуальних програм розвитку культури та громадського життя, наразі опубліковано три нормативні акти: про затвердження міських цільових програм сприяння розвитку громадянського суспільства 2021-23 роки [23] з бюджетом в 16 млн 500 тис. грн та залученням позабюджетних коштів; розвитку культури в м. Одесі на 2022-24 роки [22] з бюджетом в 135 млн 774,3 тис. грн.; підвищення рівня конкурентоспроможності економіки м. Одеси на 2022-24 роки [21] з бюджетом 60 млн 131,5 тис. грн.

Відповідно до звіту, за 2021 рік виконані ремонтні роботи у мистецьких школах, частково оновлені музичні інструменти, розширено експозиції муніципальних музеїв, створено «Штаб-квартиру Михайла Жванецького», здійснено ремонт фасаду театру духовної музики ім. О. Саліка, створено творчий простір «Art Hub Odesa», нараховано муніципальні виплати обдарованим учням мистецтва та співробітникам культурної сфери, ухвалено

Інтеркультурний план-стратегію Одеси як центру транснаціонального культурного розвитку.

Серед цікавих рішень щодо покращення культурної свідомості у громадян департамент культури та туризму пропонував реконструкцію та впровадження публічних бібліотек, як культурних/творчих центрів суспільного дозвілля. В ході трансформації будуть створюватися необхідні умови в закладах та розробляться нові послуги. Одеса не тільки культурний центр України, туристичне багатонаціональне місто на березі Чорного моря, але й від 2019-го року член Європейської фестивальної організації EFFE Label та Програми Ради Європи «Інтеркультурні міста» [17].

Однією з проблем ефективного розвитку артіндустрії в Україні та регіонах є відсутність цифрового реєстру з структурним складом всіх культурних організацій, діячів, працівників культури, бібліотеки виробів мистецтва, тощо. Саме цей аспект сповільнює інтеграцію закордонних інвестицій та партнерства, так як відсутність бази — «дикє поле» для представників розвинутих артсередовищ. Про важливість діджиталізації також є пункт у міській цільовій програмі розвитку культури. В програмі щодо підвищення економічної конкурентоспроможності м. Одеси на 2022-24 роки йдеться про один з цікавих освітніх проектів — Startup University, який має заохочувальну функцію не тільки для майбутніх підприємців, але й митці можуть запропонувати свої ідеї ви твори на конкурс [18]. Важливо, що проект має постійне фінансування та залучає реальних інвесторів до ознайомлення з робота конкурсантів. В цьому ж документі наголошується про важливість формування сприятливого інвестиційного клімату за допомогою участі на міжнародних виставках, форумах та медіапромоуту.

Маркетинг потребує часу для реалізації, спіндоктринг може ефективно вплинути на залучення взаємовигідної співпраці з міжнародними постачальниками контенту. Ще однією привабливою ініціативою за підтримки місцевої влади є Грантовий офіс Одеси 5Т, який приймає конкурсні заяви,

співпрацюють з виконавчим комітетом міської ради та шукають грантове фінансування [6]. Ініціатива співпрацює також з програмою «Креативна Європа», в рамках цього партнерства 13 червня 2024 року в м. Київ відбудеться фестиваль перформенсу, відвідати яких можна за реєстрацією безкоштовно за підтримки Українського культурного фонду та Міністерства культури та інформаційної політики України [28].

Артменеджмент як система як сегмент економіки ще формується, а сама сфера є досить мінливою, швидко змінюється і досі не має стабільного попиту серед споживачів, як у США чи Європі. Бао Чен у своєму дослідженні інтегрованих у КНР американських/європейських систем освіти зазначає одну з причин низького рівня кваліфікації здобувачів освіти у сфері артменеджменту: «...під час відбору на посаду викладача арт-менеджменту першочергова увага звертається на академічну кваліфікацію, а не на практичний досвід» [2, 73]. Про важливість освіти в сфері менеджменту культури пише також Г. Афенченко [1, 18].

ОПИС ПІДГОТОВКИ ПРОЄКТУ

Кваліфікаційна робота містить чотири журналістських твори.

Перший журналістський матеріал — аналітична стаття під назвою «Між творчістю та управлінням: нова ера артменеджменту» (див. Додаток 2). Мета: дослідити експертну думку науковців та діячів мистецтв щодо теоритичної бази, особливостей артіндустрії як сегменту економічного, соціально-політичного та культурного життя місцевої громади. Також в цій статті дослідили закордонний досвід інших країн, як орієнтир для розвитку в Україні.

Другий журналістський матеріал — інтерв'ю з артистом, відеорежисером з Нью-Йорку Ярославом Фаріфоновом «Бюрократія, великі гроші та Європа: артобличчя сучасного Нью-Йорка» (див. Додаток 3). Оповідач народився в Одесі, де здобув освіту та досвід професійної діяльності, а згодом працював у США та Мексиці. Мета: висвітлити розвиток арту на міському рівні у Нью-Йорку, вивчити можливість використання позитивного досвіду для Одеси.

Третій журналістський матеріал — огляд під назвою «Відтінки свободи: українське мистецтво на перехресті епох» (див. Додаток 4). Мета: дослідити українські ініціативи та актуальні культурні проєкти та праці артпредставників України за кордоном.

Четвертий журналістський матеріал — репортаж благодійного аукціону антивоєнного мистецтва «Art to Help» під назвою «Пензлі, ідеї та велике серце» (див. Додаток 5). Мета: висвітлити міжнародний захід за участі художників з різних країн з метою допомоги малозабезпеченим сім'ям Вірменії та України, ознайомитись з особливостями організації аукціонних культурних заходів.

При написанні творів використані жанри аналітичних та інформаційних груп. На думку дослідника В. Здоровеги, журналістика вимагає навичок аналітичного мислення. Сам процес мислення розкладається на аналіз даних в уявленні предметів (розкладання на окремі ознаки та виявлення їхнього зв'язку), синтез (відтворення предметів і явищ, розчленованих в процесі аналізу), а також

порівняння та узагальнення. Також аналіз неможливий без абстрагування [8, 191].

Дослідник І. Михайлин зауважує: «Родовими ознаками аналітичних жанрів є:

- 1) встановлення журналістом однотипності фактів і явищ і об'єднання їх в логічний ряд;
- 2) узагальнення їх, зіставлення з іншими, встановлення зв'язку між ними;
- 3) оцінка ситуації і явища;
- 4) постановка проблеми і виявлення всіх її аспектів;
- 5) висловлення пропозицій про своє бачення розв'язання проблеми» [14, 380–381].

Також І. Михайлин називає статтю найважливішим аналітичним жанром журналістики, що на підставі розгляду та зіставлення значної групи фактів чи ситуацій ґрунтовно й глибоко, з науковою точністю трактує, осмислює й теоретично узагальнює проблеми соціальної дійсності. «Огляд – жанр, метою якого є ознайомити читачів з перебігом подій за тривалий проміжок часу чи рядом однорідних подій чи фактів за стислий хронологічний період. Жанр огляду вимагає глибоких знань і вміння аналітично зіставляти факти» [14, 381].

Інформаційні жанри репрезентації журналістських матеріалів, на думку дослідниці С. Шийки, домінують у сучасній публіцистиці та займають до половини масмедійного простору. Також вона зазначає: «За допомогою текстових і візуальних: статичних та динамічних, звукових тощо моделей формується структурована система семантичного освоєння реальної дійсності і результатів людського мислення щодо цього. Таким чином збагачується, розширюється й уточнюється наповнення сучасного інформаційного простору» [26, 156].

Як зазначає Ю. Казімова: «Інтерв'ю в журналістиці – це самостійний жанр, що становить суспільно важливу новинну інформацію у вигляді запитань кореспондента та відповідей інтерв'ююваної особи. Важливим для створення

якісного інтерв'ю для преси є з'ясування, визначення відмінностей газетних, журнальних інтерв'ю від радіо-, телевізійних та інтерв'ю для Інтернет-ЗМІ, встановлення переваг газетних інтерв'ю. Перевагами жанру пресового інтерв'ю є наочність, фіксованість питань і відповідей, які можна перечитати, осмислити, оцінити їх змістовне наповнення, а отже, і сприйняти інформацію, адекватно зорієнтуватися» [10].

Іншим інформаційним жанром, використаним при створенні роботи, є репортаж. «Мета репортажу – донести враження від події, отримані через зір, слух, смак, нюх, дотик. На відміну від журналістського розслідування чи аналітичної статті, репортаж нічого не доводить – він лише показує. Відповідає на запитання: як це відбувається / відбувалося? Автор репортажу повинен зуміти так зодягнути в слова ті чи інші події людського життя, щоб немовби привести читача-глядача-слухача туди, де той ніколи раніше не був, дати йому відчуття те, що відчув журналіст», — зазначає В. Павлів [20, 8].

Таким чином, використання відповідних жанрів у кваліфікаційній роботі є актуальним та науково обґрунтованим.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного аналізу наукових робіт, порівняння зарубіжного досвіду з українськими реаліями, загалом, США та Європи у організаційних процесах формування артіндустрії та академічного підходу до підготовки представників сфери культури, здобуті певні висновки.

Академічний рівень підготовки спеціалістів творчого сегменту потребує трансформації: митці різних напрямків, артменеджери, культурологи, спеціалісти з публічної комунікації, артжурналісти, починаючи свою професійну діяльність, не мають необхідних знань та навичок у сучасних реаліях. По-перше, це пов'язано з тим, що артриннок в Україні саме зараз проходить період реструктуризації та становлення. Багато викладачів вищих навчальних закладів мають лише теоретичне уявлення про професію й навчальні програми значною мірою відстають від практичної реальності. По-друге, артіндустрія дуже швидко змінюється, серед всіх економічних сегментів арт та його розуміння як галузі найдинамічніше й гнучке. Тобто, спеціалісти цієї сфери повинні, як й журналісти, бути в ритмі актуальної системи, постійно навчатися в темпі часу й працювати з новими ідеями та механізмами взаємодій.

Сьогодні існує декілька важливих схем взаємодій, в яких споживачем може виступати як приватна особа чи організація, так і громада, а також суспільство загалом:

митець — арт — менеджер — споживач;

митець — арт — держава — споживач;

споживач — арт — митець;

держава — менеджер — митець — арт — споживач.

Представники сфери культури повинні добре розуміти процес створення, сприйняття арту, вміти його трактувати, сприяти його усвідомленню споживачем, бути успішним в комунікаціях та орієнтуватись в правовому й економічному полі. Серед отримувачів освіти в культурній сфері існує певний

дисбаланс. Приватні школи та університети створюють серйозну конкуренцію для державних освітніх закладів, оскільки впроваджують закордонні системи освіти та досвідчених спеціалістів, які актуально зайняті в артіндустрії. Коштує така освіта дуже дорого. Випускники державних університетів можуть сприйматися можуть стати просто неконкурентоспроможні.

Виходячи з висновків вище, можна додати, що оцінка реальної кількісної потреби артринку в кадрах неможлива на сьогоднішній день, так як впливає дуже багато чинників: стан війни, заборгованість держави та недостатнє фінансування, заморожена діяльність артіндустрії, низька мотивація громади платити за арт та неготовність суспільства сприймати мистецтва, як духовну потребу. Останній пункт має значний вплив на реалії, так як відсутність стабільного попиту не може забезпечити в повному обсязі формування артіндустрії як економічного кластера. Для вирішення цієї проблеми необхідно задіяти вплив органів місцевого самоврядування, а саме — посилювати комунікацію всередині громадського суспільства, посилюючи активну позицію самовираження громади та насадження духовної цінності культури та мистецтво. Важливу роль має свобода творчого вираження та різноманітність артпродукції, бо саме різнобарвність мистецтва може привабити якнайбільше споживачів й зробити їх, в результаті, стабільно зацікавленою аудиторією. Для створення умов розвитку арт-індустрії місцеві органи самоврядування повинні створити середовище для творчої синергії митців, артменеджерів та ЗМІ для формування позитивного культурного та економічного базису. В дослідженні наведені рішення місцевої влади Одеси, низки державних ініціатив та заходів за міжнародної підтримки, що стимулюють прогрес арту в Україні навіть в умовах повномасштабної війни.

Серед практик та механізмів закордонної артіндустрії привабливими для інтеграції є співпраця з аукціонними домами, галереями та колекціями, масштабними фестивалями та артзаходами, вдосконалення системи освіти, формування власної інтелектуальної та творчої спільноти, створення творчих

кластерів та хабів, які більш продуктивні саме за умови взаємної кооперації та співпраці діячів артсфери з державою задля підняття загального рівня ментального та фінансового благополуччя суспільства.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Афенченко Г. В. Менеджер культури: поле професійної діяльності. *Культура України*. 2023. № 80. С. 17–23. URL: <http://surl.li/ufgcu> (дата звернення: 15.05.2024).
2. Бао Чен. Моделі навчання здобувачів спеціальності «арт-менеджмент» у закладах вищої освіти країн Європи, США та КНР. *Психолого-педагогічні проблеми вищої і середньої освіти в умовах сучасних викликів: теорія і практика*: матеріали VI Міжнар. науково-практ. конф. (Харків, 20 травня 2022 р.). Харків, 2022. С. 73–76. URL: <http://surl.li/ufgeg> (дата звернення: 16.05.2024).
3. «Будь ласка, звільніть пташок»: в Одесі відкрився арт-проект на підтримку полонених цивільних (фоторепортаж). *Odesa.online*. 22 січня 2024 року. URL: <http://surl.li/ufgfk> (дата звернення: 15.05.2024).
4. Бюджет-2024: у Мінфіні обговорили основні показники бюджету із асоціаціями органів місцевого самоврядування та облдержадміністраціями. *Урядовий портал*. 1 вересня 2023 року. URL: <http://surl.li/ufhfv> (дата звернення: 09.05.2024).
5. Вдовиченко О. М. Застосування методів публічного адміністрування в сучасних умовах: теоретичні та практичні аспекти. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2022. № 3. С. 124–132. URL: <http://surl.li/ufhgk> (дата звернення: 10.05.2024).
6. Грантовий офіс за участю культурного фонду. *Odesa5t*. URL: <https://odesa5t.com.ua//grants> (дата звернення: 16.05.2024).
7. Замрій О. М. Застосування принципів публічного адміністрування в роботі органів місцевої влади. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 27. № 2. С. 58–61. URL: <http://surl.li/ufhno> (дата звернення: 16.05.2024).
8. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2008. 276 с.

9. Знай наших: емігранти, які прославили Україну за кордоном (Фото, відео). *Новини Ніжина*. URL: <http://surl.li/ufgey> (дата звернення: 11.05.2024).
10. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. № 896. С. 59–62. URL: <http://surl.li/ugdbp> (дата звернення: 13.05.2024).
11. Ладонько Л., Воронко О. Еволюція підходів до менеджменту культури в Україні: досвід країн ЄС. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 65. Т. 2. С. 68–73. URL: <http://surl.li/ufije> (дата звернення: 15.05.2024).
12. Лобанова Є. Українці можуть отримати від 2000 до 5000 євро: як подати заявку на грант. *Today.ua*. URL: <http://surl.li/ufgfb> (дата звернення: 13.05.2024).
13. Лоуренс П. Привид Києва. Як народилась легенда, яка підняла дух українців. *BBC News Україна*. 1 травня 2022 року. URL: <http://surl.li/ufhob> (дата звернення: 16.05.2024).
14. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
15. Місцеве самоврядування як чинник стійкості тилу : аналітична доповідь / В. Г. Потапенко та ін. Київ, 2023. 54 с. URL: <https://doi.org/10.53679/NISS-> (дата звернення: 16.05.2024).
16. Особливості здійснення місцевого самоврядування в місті Одесі та в Одеській області / Балан О. С. та ін. *Економіка: реалії часу*. 2023. № 66. С.1–8. URL: <http://surl.li/ufgdd> (дата звернення: 17.05.2024).
17. Офіційний сайт міста Одеса. URL: <http://surl.li/ugfsv> (дата звернення: 14.05.2024).
18. Офіційний сайт Одеського національного економічного університету. URL: <http://surl.li/ufhmi> (дата звернення: 16.05.2024).
19. Офіційний сайт PinchukArtCentre. URL: <https://new.pinchukartcentre.org/> (дата звернення: 14.05.2024).

20. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2015. 120 с.

21. Про затвердження Міської цільової програми підвищення рівня конкурентоспроможності економіки м. Одеси на 2022 – 2024 роки: Рішення Одеської міської ради № 863-VIII від 9 лютого 2022 року. *Офіційний сайт міста Одеса*. URL: <http://surl.li/ufhmw> (дата звернення: 16.05.2024).

22. Про затвердження Міської цільової програми розвитку культури в м. Одесі на 2022 – 2024 роки: Рішення Одеської міської ради № 868-VIII від 9 лютого 2022 року. *Офіційний сайт міста Одеса*. URL: <http://surl.li/ufhnb> (дата звернення: 16.05.2024).

23. Про затвердження Міської цільової програми сприяння розвитку громадянського суспільства міста Одеси на 2021-2023 роки: Рішення Одеської міської ради № 217-VIII від 28 квітня 2021 року. *Офіційний сайт міста Одеса*. URL: <http://surl.li/ufhmq> (дата звернення: 16.05.2024).

24. Силко Р. М., Силко Є. М. Особливості підготовки арт-менеджера в умовах становлення арт-ринку в Україні. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. 2018. № 151. Т. 2. С. 215–218. URL: http://surl.li/ugxf_ (дата звернення: 17.05.2024).

25. Скоморовський В. Б. Інструменти місцевого самоврядування в умовах воєнного стану. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2023. Вип. 4. С. 11–14. URL: <https://salo.li/D17fC15> (дата звернення: 09.05.2024).

26. Шийка С. Жанрові особливості інформаційної журналістики. *Український інформаційний простір*. 2022. № 1 (9). С. 147–160. URL: <http://surl.li/ugfxm> (дата звернення: 15.05.2024).

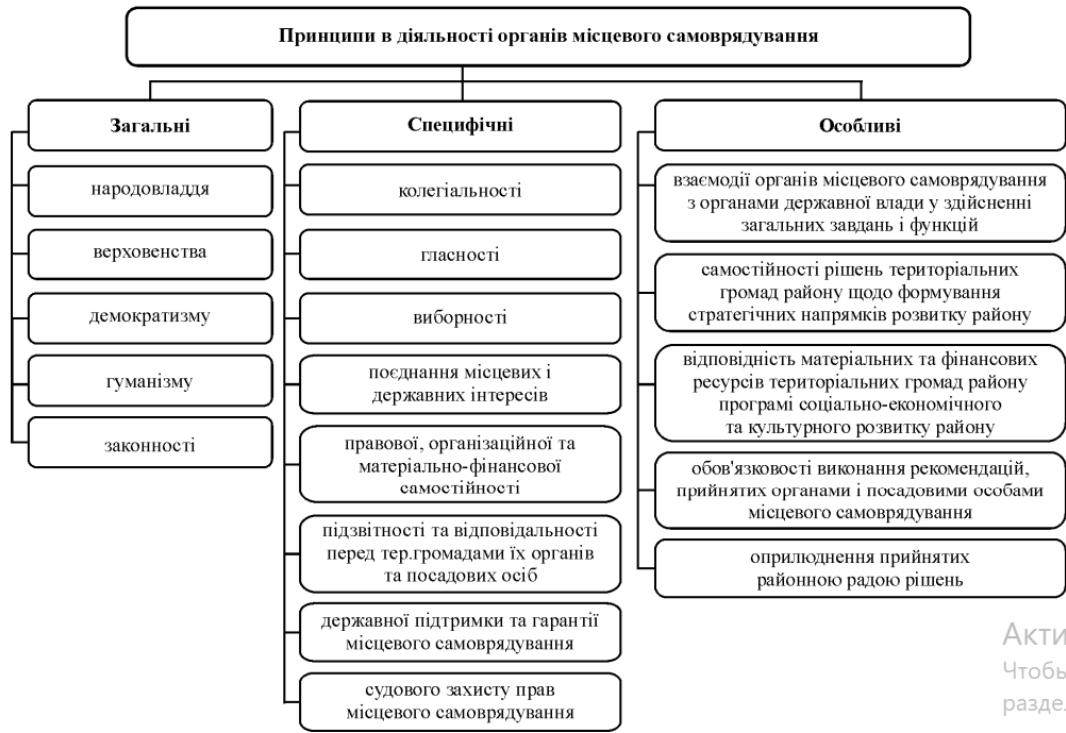
27. Щодо погодження проекту акта : Лист Державного агентства України з питань кіно (Держкіно) № 981/8/11-24 від 02.05.2024 р. *Державне агентство України з питань кіно (Держкіно)*. URL: <http://surl.li/ufhmm> (дата звернення: 14.05.2024).

28. Perform ukraine. *Бюро програми ЄС «Креативна Європа»*. URL: <https://creativeeurope.in.ua/events/171> (date of access: 16.05.2024).

29. Ukraine: UNESCO launches programme to support Ukrainian artists. 2022. URL: <http://surl.li/ugfyf> (date of access: 14.05.2024).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1



Активация
Чтобы активир
раздел "Парамк

Рис. 1. Принципи діяльності органів місцевого самоврядування

ДОДАТОК 2

Між творчістю та управлінням: нова ера артменеджменту

В епоху глобалізації та цифровізації особливу роль у розвитку суспільства відіграє креативна економіка. Артменеджмент є важливою ланкою у створенні культурного середовища та розвитку творчих індустрій. Аналіз американського досвіду в підготовці артменеджерів, впливу розвинутих культур на місцеві громади дає змогу виявити успішні практики та стратегії. Які з них можуть бути адаптовані в Україні на державному та регіональних рівнях?

Особливістю українського артринку є мінливий попит, характерний для індустрій в активному розвитку. Відсутність стабільного попиту на товари та послуги сфери арт ускладнюють кількісне прогнозування спеціалістів, необхідних галузі. Однією з ланцюгових проблем є відсутність спеціалістів з реальними професійними навичками та досвідом роботи, які мають бажання викладати в державних інститутах. Ці люди радше будуть викладати в приватних навчальних програмах, але цю освіту можуть дозволити собі одиниці, так як один навчальний семестр оцінюється в тисячах доларів. До речі, коштовність приватного навчання — індикатор цінності самої професії, а саме управління в сфері арт, яка потребує спеціальної підготовки, включаючи звичку адаптованості, активної комунікації й розуміння реальної практичної картини сегменту. Рівень освіти в таких закладах, як правило дуже відрізняється. Відбувається це тому, що приватні школи та культурні приватні університети запрошують діючих спеціалістів та викладачів з-за кордону, дуже популярна практика — лекції на англійській й знання міжнародної мови як критерій відбору до навчання.

Український соціум, в цілому, не готовий сприймати творчі індустрії як щось постійне. Історично склалося так, що мистецтво — для багатіїв, а «звичайним людям» не до цього, треба комунальні рахунки сплачувати, найкраща терапія — смачно поїсти. На фоні війни, враховуючи повсюдні

фінансові проблеми, прагнення купувати витвори мистецтва (ювелірні прикраси — виняток) зменшилось. При цьому цей важкий період в житті громад — шанс створити нову цінність мистецтва, як стимул, як відпочинок для душі, нову духовну потребу суспільства. В реаліях сьогоденної громадської свідомості попит на мистецтво зростає лише за умови маркетингової стимуляції та спіндокторингу ЗМІ. Наприклад, відбувається якась подія, яка каталізує суспільний інтерес, тоді на деякий час підвищиться попит, але недовготривалий час. Таким чином, серед українців та іноземців зростає попит на державно-патріотичні мерчі: одяг, прикраси, посуд, тощо. Деякі творчі групи організують патріотичні виставки та серії робіт, що також привертають увагу. Наприклад, 22 січня 2024 року в одеському історико-краєзнавчому музеї відбулася презентація артпроєкту «Будь-ласка, звільніть пташок». Пташками Наталя Делієва, організаторка, називає 28 тисяч українських громадян, яких утримують на території Росії.

Проте для сучасного українського артменеджменту характерним є нестабільний попит. Так, легендарна історія про «Привида Києва» стала не тільки потужним методом підняття бойового духа, але й джерелом прибутку для брендів, які виготовляють символічну продукцію — футболки чи блокноти. Проте згодом інтерес згас. Те ж саме можна сказати фактично про весь культурний ринок — економічні спалахи та падіння.

Ускладнення якісної оцінки ринку арт також додає значна творча складова роботи. Аfenченко Г. В. У своїй науковій статті для журналу «Культура України» зазначає: «Оскільки сучасні суспільства переживають радикальні зміни, громадськість занурена в процеси пошуку ідентичності, що також може сприяти актуальності набуття освіти у сфері соціокультурної діяльності».

Розвиток артринку в Україні перебуває на початковому етапі, що надає унікальні можливості для артменеджерів. Навчальні заклади відіграють ключову роль у підготовці фахівців, здатних робити внесок у розвиток культурного простору регіональної громади та країни. Особлива увага приділяється

формуванню навичок роботи в умовах невизначеності, а також розвитку творчих і підприємницьких компетенцій. Системи підготовки фахівців у галузі артменеджменту значно різняться між країнами. В Україні спостерігається зростання кількості навчальних закладів, що пропонують відповідні програми, проте відсутність професійних стандартів і розмитість критеріїв кваліфікації викликають питання. Водночас у США та Європі приділено увагу не тільки теоретичній підготовці, а й практичному застосуванню знань у реальних умовах роботи, що сприяє формуванню висококваліфікованих кадрів.

У США підготовка артменеджерів орієнтована на розвиток компетенцій, необхідних для управління у сфері мистецтва та культури на різних рівнях — від місцевого до державного. У своїй праці Г. Афенченко цитує представників асоціації викладачів у галузі артменеджменту США (АААЕ): «Управління мистецтвом — це область навчання, яка надає випускникам інструменти для створення, розробки, сприяння та оцінки програм та організацій у галузі мистецтва та культури». Програми навчання в таких навчальних закладах, як Єльський університет та Університет Індіани, пропонують студентам комплексний підхід, що поєднує теоретичні знання та практичні навички. Важливою частиною освітнього процесу є розвиток навичок критичного мислення, здатності до інновацій та підприємницького підходу до управління культурними проектами. Це підкреслює роль артменеджера як медіатора між творцем, суспільством і державою, здатного забезпечити баланс інтересів усіх сторін.

Артіндустрія робить значний внесок у соціальний та економічний розвиток місцевих спільнот. Приклади успішних артпроектів у США, як-от High Line у Нью-Йорку та Millennium Park у Чикаго, демонструють, як інвестиції в культурні об'єкти та публічне мистецтво можуть трансформувати міські простори, стимулювати розвиток туризму та покращувати якість життя громадян. Важливим аспектом є також взаємодія артіндустрії з місцевими спільнотами через освітні програми, майстер-класи та ініціативи соціальної

взаємодії, що сприяє формуванню гармонійно розвиненої особистості та активного громадянського суспільства. «Наявністю в європейських і американських університетах висококваліфікованих викладачів спеціальності «Артменеджмент», які мають значний досвід роботи в цій галузі й здобули наукові ступені доктора і магістра. Утім під час відбору претендентів на викладацькі посади, як правило, перевага надається, не їхній науковій кваліфікації, а досвіду роботи в управлінні арт об'єктами та викладацькій практиці», - пише дослідник Бао Чен про моделі навчання здобувачів спеціальності «артменеджмент».

Кожен із цих аспектів проявляє не лише поточний стан артменеджменту та культурної індустрії, а й вказує на шляхи їхнього подальшого розвитку та вдосконалення. Відштовхуючись від американського досвіду та аналізуючи українську реальність, можна виокремити ключові напрями для покращення системи підготовки артменеджерів та розвитку артіндустрії на регіональному та державних рівнях.

Артрезиденції та артжурналістика виконують важливу функцію в популяризації мистецтва, забезпечуючи платформу для діалогу між художниками, кураторами та широкою публікою. Ця взаємодія сприяє не лише розвитку творчих здібностей учасників, а й формуванню освіченої аудиторії, зацікавленої в культурі та мистецтві. Включення до освітніх програм курсів з артжурналістики може значно розширити професійні горизонти майбутніх артменеджерів, даючи їм інструменти для ефективної комунікації в сучасному медіапросторі. Артрезиденції є важливим інструментом для розвитку творчого потенціалу художників, забезпечуючи простір для експериментів і професійного зростання. Водночас артжурналістика в Європі та США сприяє популяризації мистецтва і культури, відіграючи ключову роль в освітньому процесі. Саме синергія мистецтвотворення та поширення — ключ до запуску системи.

Спираючись на досвід західних країн, важливо враховувати, що успішний розвиток артринку потребує не лише глибоких знань у сфері мистецтва, а й

компетенцій у сфері економіки, маркетингу та управління. Економічна складова освітніх програм має забезпечувати майбутніх артменеджерів знаннями про фінансові механізми ринку мистецтва, структуру контрактів та особливості ціноутворення в артіндустрії. Так, науковці Р. Силко та Є. Силко влучно стверджують: «Гуманітарна освіта нічого не каже про джерела фінансування, бухгалтерський облік, структуру контрактів тощо, а без знання цих речей ефективно керувати не можливо. Існує низка економічних тем, не розбираючи які, не можна бути управлінцем у сфері культури: захист інтелектуальної власності, структура контрактів між комерцією та мистецтвом, проблеми ціноутворення, проблеми навігації споживача в культурі».

Система підготовки артменеджерів в Україні має значний потенціал для розвитку, особливо якщо взяти до уваги найкращі практики та досвід країн із розвиненим ринком мистецтва, таких як США. Забезпечення якісної освіти, орієнтованої на реальні потреби артринку, сприяння міжнародному обміну досвідом, а також розвиток нових форматів взаємодії між артменеджерами, митцями та публікою можуть відіграти ключову роль у подальшому розвитку культурної індустрії України. У цьому контексті важливо не тільки адаптувати зарубіжний досвід, а й враховувати специфіку українського артпростору, формуючи унікальні та інноваційні підходи до управління у сфері культури.

Органи місцевого самоврядування відіграють ключову роль у створенні сприятливих умов для розвитку артіндустрії, надаючи фінансову, інформаційну та організаційну підтримку культурним проектам та ініціативам. Вони можуть впливати на ефективний розвиток артіндустрії через розробку та реалізацію культурних політик, спрямованих на стимулювання творчості та інновацій. Мейнстрімом останніх років є заходи в культурних центрах. Спостерігається також високий рівень самоорганізації мистецької меншини та спілок. Міждержавні, громадські організації, благодійні фонди, некомерційні структури великих бізнес груп долучаються до фінансування іміджевих проектів з мистецтва, проведення соціокультурних заходів.

Важливим аспектом є створення механізмів грантової підтримки молодих митців, артпроектів і стартапів у сфері культури, а також організація освітніх програм для артменеджерів і кураторів. Місцева влада може сприяти розвитку інфраструктури для артіндустрії, включно з будівництвом культурних центрів, артрезиденцій, виставкових залів і творчих лабораторій, організувати культурні фестивалі та заходи, які привертають увагу до місцевих артспільнот і сприяють розвитку туризму.

Взаємодія артжурналістів з артменеджерами має потужний потенціал у популяризації високих ідей і гуманістичної філософії. Артжурналісти, висвітлюючи мистецтво і культурні події, сприяють формуванню суспільного інтересу і розуміння цінності культури. Вони можуть виступати в ролі моста між артменеджерами, художниками та широкою аудиторією, надаючи платформу для діалогу та обміну думками. Ефективна співпраця між артжурналістами та артменеджерами особливо важлива для популяризації артпроектів, що мають соціальну значущість, й просування гуманістичних цінностей через мистецтво. Загальний рівень духовності та освіченості громади складається з ідейно-сміслового ядра: що важливо для громади, які проблеми та прагнення закладі у суспільстві.

Інтеграція культури і мистецтва в соціально-економічне життя регіону сприяє його сталому розвитку. Артменеджери, володіючи необхідними знаннями та компетенціями, можуть успішно реалізовувати проекти, які привертають увагу до культурної спадщини, підтримують місцевих творців і стимулюють культурний обмін. В Одеській області діє Грантовий офіс Odesa5t за участю Культурного фонду України, який приймає заявки на розгляд найрізноманітніших ідей і розглядає саме творчі проекти. Крім того, як зазначає журналістка *Today.ua*, представники культурної сфери з України можуть отримати грант на суму від 2000 до 5000 євро на творчі суспільно важливі проекти. Можливість заявити про свої ідею світу та спробувати себе в пошуку інвестицій на реалізацію є проект *Startup university* при Одеському

національному економічному університеті. Організатори проекту тісно співпрацюють з міжнародними партнерами та залучають інвестиції для найбільш вдалих проєктів, є випадки працевлаштування учасників конкурсу у компаніях-партнерах.

Досвід США та Європи в цій сфері може слугувати прикладом для України. Наш артринок і система підготовки артменеджерів усе ще формуються, потребують подальшого розвитку та адаптації до сучасних умов. Роль сучасної артіндустрії в розвитку місцевих спільнот створює необхідність в ефективній системі освіти для артменеджерів, яка включала б як фундаментальну економічну підготовку, так і глибокі знання в галузі культури та мистецтва. Насамкінець, артменеджмент виступає як потужний інструмент, суттєво впливаючий на культурне життя суспільства, економічний розвиток і підвищення якості життя населення. З огляду на глобальні тенденції та досвід провідних країн, Україна має величезний потенціал, застосовуючи найкращі практики та адаптуючи їх до місцевих умов. Співпраця між органами місцевого самоврядування, артжурналістами та артменеджерами може відіграти ключову роль у стрімкому розвитку артіндустрії, сприяючи культурному збагаченню суспільства та просуванню гуманістичних ідей.

Юлія Крамарчук

ДОДАТОК 3

Бюрократія, великі гроші та Європа: артобличчя сучасного Нью-Йорка

Особливістю артіндустрії є її широкий та гнучкий спектр діяльності. Виробництво Арт передбачає не тільки комунікативний ланцюжок митець-ідея-споживач, але й митець-менеджер та менеджер-держава. Інститут Артіндустрії в Україні переживає період інтенсивних трансформацій як на державному, так й регіональних рівнях. Українці дуже талановита нація, імена та творчість наших земляків широко відомі у світі: Міла Йовович, Стівен Спілберг, Петро Капиця, Девід Копперфільд, Роберт Максвел. Багато з них досягли успіху в США, адже творчі потужності Сполучених Штатів відомі на весь світ. Ярослав Фаріфонов — артист, режисер, оператор та спеціаліст відеомонтажу з Нью-Йорку розповідає про американську систему артменеджменту та порівнює зі своїм досвідом роботи в Одесі.

«Мій досвід дуже різноманітний! - зазначає Ярослав. - Коли я працював в Одесі, моєю основною галуззю було відео. У Нью-Йорку я переосмислив свою діяльність. Тут я зняв два фільми як оператор-постановник, працював як контентмейкер».

Ярослав Фаріфонов має досвід роботи з компанією Estée Lauder, яка спеціалізується на виробництві та продажах престижних косметичних засобів і парфумерії. Його основний сегмент — це індустрія мод. З задоволенням згадує про кооперацію з Алексом Тейхом. Алекс — відомий нью-йоркський дизайнер вечірніх та коктейль-суконь от-кутюр, які відповідають сучасному стилю життя. Він кутюр'є, дизайнер, робить сукні для оперних співаків та представників артіндустрії: «...його сукні часто надягають в Метрополітан-опера оперні діви. На церемонію «Оскар» також обирали сукні Алекса. Особливо мені сподобалось, враховуючи те, що я не частина модної індустрії, що ці сукні можна одягати з обох сторін!»

«Українська артіндустрія й американська полярно відрізняються. Саме вражає — бюрократія, - сміючись, каже Ярослав. - США — країна бюрократії та статусів. По-перше, якщо хочеш знайти хорошу роботу, ти маєш бути у профспілці (Union). Вони бувають різні: операторські, режисерські, акторські, їх безліч. За членство у профспілці треба платити. Наприклад, щоб перебувати в операторському об'єднанні треба платити близько 12 000 — 16 000 доларів на рік. Щоб потрапити в Union, треба мати якість нагороди за участь у фестивалях чи конкурсах...Оскар, наприклад».

Наш земляк зазначає, що в США часто якість продукту не співвідноситься з реальними потребами замовника чи аудиторії. Деякі діячі мистецтв володіють низьким рівнем творчих здібностей на навичок, але вони перебувають у професійній спілці, бо вони — частина системи. Ярослав задумався та хитро додав: «Не важливо, як ти працюєш, важливо — з ким».

Особливістю американського виробництва та споживання артпродукції та послуг є стала платна основа. «Тут немає такого: а можна мені дешевше. Не торгуються, як в Одесі? В Америці всі платять за якість».

На моє запитання про вплив відеоматеріалів на споживача інформації артист зауважує, що відео може як позитивно впливати на досвід взаємодії з аудиторією, так і «*destroy everything*» – «знищити все». «Контент — це зброя. Кожна зброя, направлена на себе... — Ярослав жестом дає зрозуміти, що кожна зброя має бути направлена в ціль. — Це дуже сильний інструмент у культурі бренда, у культурі суспільства. Відео — це найлегший та найгірший спосіб сприйняття інформації». Створюючи відео, можна створити необхідний настрій, викликати очікувані реакції від певних груп аудиторії.

Дуже важливо для суб'єкту впливу добре розуміти об'єкт — цільову аудиторію. Той контент, який сподобається вагітній жінці, може не спрацювати на бізнес-вумен. Навіть якщо ми говоримо про класичні, загальні продукти, як-от парфуми. Деякі люди обирають та купують товари дистанційно, не знаючи, якої якості товар вони отримують. Один продукт можна подати з різним

настроєм, враховуючи вік, статус та інтерес потенційного споживача: ніжність та бажаність для майбутньої мами та пристрась й незалежність для кар'єристки. Існують і унісекс-парфуми для романтичного парубка на побаченні.

В сучасному Диснейленді інформації та контенту, де кожний заголовок та медійна платформа бореться за увагу споживача, успішні контентмейкери, як і журналісти — це висококваліфіковані спеціалісти, які не тільки повинні володіти арсеналом теоретичним, але й вміти практично виконувати різні задачі. В цифрових професіях є маркетологи, спеціалісти з клієнтської комунікації, дизайнери, монтажери, сценаристи, копірайтери, бренд-менеджери, поведінкові психологи, візуальні конструктори, аніматори, оператори, режисери — безліч. Але якщо ти працюєш в сфері контенту та арт, дуже швидко стає зрозуміло: ти повинен вміти та розуміти все це — бути універсальною одиницею та швидко навчатись прямо на місці, в вирію подій.

— Європейці кажуть: Нью-Йорк не Америка, і слава Богу. Американці кажуть: Нью-Йорк не Америка, й слава Богу! - розповідає Ярослав. - Нью-Йорк — це єдине європейське місто Америки.

— Тобто на фоні розвинутих міст...- уточнюю запитання.

— Це єдине місто. Всі інші — це не міста, а величезні села. Весь сучасний бізнес в Нью-Йорку.

За словами Я. Фаріфонова, професійне поле діяльності в США чітко сегментоване: Ель (Оклахома) — тільки фільммейкінг, Сан-Франциско — тільки програмісти, Х'юстон — космічна індустрія тощо.

«Головний мінус американської артіндустрії — відсутність артхаусу, тобто вільної творчості. Тут дуже добре платять. Мільярд на фільм — окей! Але якщо ти хочеш створити щось локальне, звичайний артист не зможе цього зробити, тому що Нью-Йорк — дуже дороге місто. Тут потрібно виживати», - пояснює Ярослав. Так, проєкт можна організувати й безкоштовно, як й усюди: *“Hey fellas, let's do that”* — «Гей, друзі, давайте зробимо це». За умови, що організатор власного проєкту знайде людей, які добровільно та безкоштовно готові брати в

ньому участь, що в них є власна апаратура та вони хочуть витратити власний бензин. Не забувайте, що команду треба годувати. Замовити один раз наїдки — десь 200-300 доларів. Крім того, якщо потрібно орендувати якийсь приміщення — це дуже дорого. Приблизний бюджет на аматорський фільм — 3 000 доларів.

— Як правило, знімають фільми студенти Нью-йоркського університету, університету Коламбіа або Міського коледжу. Вони мають на це якийсь бюджет в рамках проєкту. Освіта коштує тут від 200 000 доларів на рік, стипендії не покривають все. Всі студенти працюють. У Нью-Йорку відсутній середній клас, тобто лише багаті й помірно бідні».

— Зараз буде складне запитання, Ярославе. Які методи та системи американської артіндустрії ви б порекомендували інтегрувати в Україні? Цікавить місцевий рівень. А саме Одеса. На мою думку, наше місто має спільну рису з Нью-Йорком: полікультурність та креативний центр...

— Не впевнений, що ми можемо на сьогоднішній день щось дійсно запозичити. По-перше, ми повинні створити достатньо високий академічний рівень підготовки як митців, так й артменеджерів. По-друге, почати платити за арт. Наше суспільство не готове до сприйняття справжнього арту. Люди не бачать цінності й не готові платити за естетику, а нашим митцям не вигідно створювати мистецтво через витрати часу та матеріалів. У розвинутих країнах у людей просто є звичка купувати арт. Нам потрібно відкривати галереї, популяризувати мистецтво, культуру, як потребу, тобто створювати попит та комфортне середовище для розвитку мистецької інтелігентної спільноти. Мистецтво повинно створюватись полюбовно, від кохання.

На думку Ярослава, основною причиною різниці у ставленні до арту між нашими країнами є співвідношення доходів та витрат на базові потреби. Мій співрозмовник згадує найстаріший вид мистецьких торгів — аукціони. У Нью-Йорку знаходяться «Сотбіс» (англ. Sotheby's) та «Крістіс» (англ. Christie's), які займають близько 90 % світового ринку аукціонних продажів антикваріату, предметів мистецтв тощо. Існують випадки, коли американські та європейські

аукціонні дома або колекціонери викуповують праці наших митців, розкручують їх, вдало використовуючи інтерес до України під час повномасштабної війни, та перепродають набагато дорожче. В деяких випадках, артисти складають контракти та отримують пасивний процент з перепродажів, але, на жаль, так трапляється не завжди. Один з гідних прикладів українсько-зарубіжного мистецького обміну є PinchukArtCentre - міжнародний хаб сучасних мистецтв, артцентр.

Юлія Крамарчук

ДОДАТОК 4

Відтінки свободи: українське мистецтво на перехресті епох

Сучасна Україна переживає один з найтяжчих періодів своєї історії — військове вторгнення, що не лише поставило під загрозу існування нації, але й змусило українську культуру та артіндустрію адаптуватися до нових викликів. Попри деструктивний вплив війни, українське мистецтво не тільки продовжує існувати, але й відіграє ключову роль у зміцненні духу нації, збереженні її ідентичності та просуванні на міжнародному рівні.

В умовах воєнного стану українська артіндустрія стикається з численними викликами, в тому числі зі зниженням фінансування, втратою фізичних просторів для творчості та необхідністю переорієнтації на онлайн-формати. Попри це, українські артисти активно використовують своє мистецтво як зброю проти агресора, виражаючи в ньому болючі теми війни, патріотизму та віру в перемогу. Так, музичні колективи, такі як «Бумбокс», активно виступають на підтримку України, збираючи кошти для Збройних Сил. Андрій Хливнюк, соліст гурту говорить про сьогоденний стан України в рамках інтерв'ю з Мариною Валігура, редакція «Кореспондент.net»: «Це екзистенційна війна за саме існування українською нації. Не просто як етносу, а фізично як людей нас хочуть знищити. Ми мусимо відбитися і мусимо перемогти або загинути». Культура виступає міцним об'єднуючим ланцюгом для українців по всьому світу. Через високе мистецтво, літературу, музику, театр та кіно український народ демонструє свою незламність, талант та багатогранність своєї культури. Такі процеси тривають і на рівні місцевих громад. Проєкти на кшталт «Будь ласка, звільніть пташок» у Одеському музеї або гранти від Мінреінтеграції та ЮНЕСКО спрямовані на підтримку культурних ініціатив, що допомагають зберігати ментальне здоров'я та культурну інтеграцію українців у нових умовах.

Українське мистецтво активно шукає нові шляхи взаємодії з аудиторією та міжнародною спільнотою через інноваційні підходи та технології. Ініціативи,

такі як онлайн-концерти, віртуальні виставки та артрезиденції, не тільки дозволяють артистам продовжувати свою діяльність, але й відкривають нові можливості для міжнародного визнання та колаборацій. Програми підтримки, організовані у співпраці з міжнародними фондами та організаціями, сприяють зросту попиту та зацікавленості до мистецтва громадами. Наприклад, Perform Ukraine, що відбудеться в Києві у червні 2024 за підтримки ЄС «Креативна Європа». Для всіх гостей вхід безкоштовний, а для митців, що мають бажання прийняти участь, є можливість фінансової підтримки на трансфер. Визнання та підтримка міжнародною спільнотою відіграють ключову роль у розвитку української артіндустрії в цей складний час. Грантові програми, такі як «Culture Helps / Культура допомагає», або ініціативи ЮНЕСКО, не лише фінансують культурні проекти, але й сприяють обміну досвідом та кращим практикам між українськими та іноземними артистами. Це створює фундамент для майбутнього розвитку української культури як невід'ємної частини світового культурного діалогу. На території театру духовної музики ім. народного артиста України О. Саліка було створено творчу лабораторію Art Hub Odesa відповідно до рішення Одеської міської ради. В рамках проєкту митці можуть реалізовувати ідеї та налаштовувати комунікацію з громадою.

Перед регіональною артіндустрією стоїть низка викликів, включаючи необхідність адаптації до нових реалій, залучення фінансування та розвиток громадських зв'язків. Проте саме складні часи відкривають нові можливості для творчості, інновацій та зміцнення національної ідентичності через культуру. Активне використання цифрових платформ, поглиблення співпраці з міжнародними організаціями та розвиток регіональних ринків, в тому числі й академічної основи, можуть стати запорукою успіху українського мистецтва на міжнародній арені.

Культурні проекти, що об'єднують українців всередині країни та за її межами, відіграють важливу роль у зміцненні національної ідентичності та підтримці культурного діалогу. Ось кілька прикладів ініціатив:

1. «Український інститут» – організація, яка сприяє міжнародному культурному обміну та представленню української культури за кордоном. Інститут організовує численні виставки, концерти, літературні читання, панельні дискусії та інші заходи, що демонструють сучасне українське мистецтво та культуру. По суті, це культурна платформа для обміну та артдипломатії, що мають офіційні представництва в Німеччині та Франції. Далі — більше. Враховуючи те, що зараз дуже багато вимушених переселенців в цих країнах, що вивчають іноземну мову, створилася цікава перспектива для місцевих громад — інтеграція наших спеціалістів в сфері арт. Інформацію про можливість співпраці з «Українським інститутом», як мистецьким медіатором необхідно поширювати через соціальні мережі, ЗМІ та навчальні заклади.

3. «Українська книжкова арка» – проєкт, спрямований на просування української літератури за кордоном. Українські книги перекладаються на іноземні мови та представляються на міжнародних книжкових ярмарках. На офіційному сайті Укрінформ були опубліковані коментарі Олени Зеленської, яка є патроном проєкту: «Для нас не має значення, чи в країні зараз сотні тисяч наших переселенців, чи трохи більш як тисяча, як, наприклад, у Японії. Зараз важливо, щоб усюди, де є українці, з'являлась і українська книга – як місточок між рідним домом і тимчасовим».

Одеський регіон вважається одним з культурних, туристичних та транснаціональних центрів України. Саме в Одесі сформована потужна мистецька база з доволі високим академічним рівнем підготовки. Товариства сучасних письменників можуть стати стабільними кластерами літературної індустрії при взаємодії з проєктом «Українська книжкова арка». Важливо перекладати й поширювати не лише класичну українську літературу, але й актуальні сучасні твори «для більшості», покращуючи показники конкурентоспроможності наших авторів за кордон. Л. Заєва у своєму дослідженні «Арт-кластери Одеси як механізм економізації культурної інфраструктури» підкреслює вигідність інтеграції такого формату творчого

середовища: «У випадку Одеси найбільш принагідною може виявитися модель креативних індустрій у варіанті «творчих кластерів». По-перше, творчі кластери мають значний кумулятивний ефект... По-друге, саме в Одесі вже є значний ресурс для створення таких кластерів:...високий рівень розвитку культури, як бази..., з другого боку, значна економічно-виробнича база. Адже головною задачею креативних індустрій є економічно ефективно продукування науково та... ліквідного продукту на... компактній території міст». Це свідчить про те, що регіональний розвиток артіндустрії Одеси не лише можливий, але й найбільш перспективний. Після затвердження цільової програми розвитку культури в м. Одесі на 2022-2023 роки місцева влада почала активно впроваджувати модернізацію публічних бібліотек та трансформувати їх у сучасні культурні центри. У зв'язку з цим дуже доречно організовувати зустрічі авторів, що вже мають свою аудиторію та літературний досвід, та початківців для обміну досвідом, по-перше. По-друге, бібліотеки як літературні мистецькі хаби можуть стати посередниками для взаємодії письменників в рамках вищезгаданих проєктів.

«Українські культурні фестивалі за кордоном» – ще один важливий напрямок, який об'єднує українців навколо своєї культури та ідентичності. Такі фестивалі, як «Альянс українських мистецтв» в США, «Українська весна» у Франції, «Українські дні» в Канаді пропонують багатий культурний програму з концертами, виставками, кінопоказами та літературними читаннями, залучаючи як українців, так і іноземців. Цікавий факт: Одеса — член Європейської фестивальної асоціації, учасник європейської програми «Європа для фестивалів, фестивалі для Європи», що закріплено в міській цільовій програмі культурного розвитку. Попри складну соціально-політичну ситуацію на території України та її областях, органи місцевого самоврядування повинні дбати про розвиток цього артсегменту, оскільки в майбутньому саме цей напрямок може значно вплинути на швидкість післявоєнного відновлення та поповнення місцевого бюджету за рахунок підготовленої для туристичного попиту артіндустрії.

Демотивація українців за кордоном, які відчувають себе відрізаними від рідної спільноти, може призвести до певної колізії із культурними традиціями держав, що прийняли переселенців. В такому випадку місцеві жителі починають сприймати іммігрантів як ізольовану групу. Це може ускладнити співпрацю між країнами та регіонами, зокрема в контексті розвитку артсегменту та культурного обміну. Заохочення інтеграції через культурні проекти є одним з ефективних способів зменшення напруженості між мігрантами та місцевим населенням, збагачуючи місцеву культурну сцену й уявлення іноземців про Україну. Розгортання потенціалу української артіндустрії вимагає злагоджених зусиль уряду, громадського сектору, органів місцевого самоврядування, культурних організацій та самої діаспори. Створення сприятливих умов для розвитку талантів, підтримка інноваційних проектів та забезпечення доступу до міжнародних ресурсів і ринків можуть стати вирішальними кроками на шляху до відродження та процвітання українського мистецтва. Таким чином, попри непрості часи, українська культура та мистецтво продовжують бути могутнім джерелом натхнення й економічним потенціалом, що веде за собою суспільство на шляху до свободи, гідності та взаємоповаги. Українська артіндустрія, з її непереможним духом, є важливим чинником національного єднання та культурного діалогу зі світом.

Юлія Крамарчук

ДОДАТОК 5**Пензлі, ідеї та велике серце**

У світі, де новини нагадують нам про конфлікти та розбіжності, організатори одного аукціону вирішили взяти справу у свої руки... або, точніше, на свої пензлі. «Мистецтво на допомогу» - не просто аукціон, це свого роду чарівний міст, що з'єднує Україну та Вірменію зі світом, де мистецтво стає не лише способом виразу, але й потужним інструментом допомоги.

Четвертого березня 2023 року в Єревані одна затишна та смілива фотобібліотека, розташована неподалік міністерства економіки Вірменії, відкрила свої двері для унікального та трохи скандального заходу. В читальному залі бібліотеки Мірзояна, на першому поверсі, заставленому книжними чорними полицями з книгами про мистецтво, фотоальбомами та увішаними картинами білими стінами, зібралися дуже різні люди. Деякі з них переглядали виставку. Традиційні для закладу експонати були тимчасово змінені на інші, в дусі події, яка от-от почнеться на другому поверсі — благодійного аукціону антивоєнного мистецтва «Art to Help». Але гості не поспішали. Вони спілкувалися. Жваво і тихо. Люди різної статі, віку, соціального статусу та професій, різних національностей відчували одне — жаль. Жаль, що у цивілізованому світі все ще є поняття «війна» та «насильство». В читальній залі, за чорними столами з класичними металевими світильниками сиділи люди. Вони спілкувались, посміхались час від часу, але в кожному поруху емпатичний співрозмовник відчує те, що відчуває сам — несправедливість подій у світі та палке бажання зробити хоч щось. Дуже багато прийшло на аукціон росіян, були й з білорусі. Вихідців з цих країн було впізнати легко — потуплені трохи очі, наче від сорому. Деякі з них так нічого і не сказали, просто придбали пропоновані лоти.

Тим часом у внутрішньому дворі бібліотеки також обговорювали несправедливість світу. Легко одягнена дівчина в чорній футболці жваво розмовляє з двома дівчатами й юнаком з довгим кучерявим темним волоссям. Хлопець з України, і в його погляді більше смутку, ніж у інших. Дві дівчини

росіянки, третя мешкає все життя в Єревані й дізналася про аукціон з афіші, коли прийшла в бібліотеку шукати натхнення для своєї серії світлин. Цих чотирьох об'єднує спільне — вони автори робіт, що вже дуже скоро будуть представлені на аукціоні перед публікою. Молоді люди сподіваються, що саме їх роботу куплять сьогодні. Після цього аукціону будуть відкриті продажі онлайн, але це особливе відчуття — побачити покупця своєї роботи в рамках такого суспільно-значущого проекту.

Настав час аукціону. Гості зібралися у конференц-залі. На вході вітав гостей ведучий – стендап-комік Гарик Оганісян, чий щирій сміх лунав вище дубових полицок, наповнених книгами та журналами. Він жартував: «Сьогодні ми тут не просто за мистецтво, ми тут за мистецтво змінювати світ! А якщо не вийде, то принаймні змінимо враження про аукціони. Вони можуть бути не тільки елітарними, а й веселими!» Темно-синя стіна начебто була спеціально пофарбована багато років тому у синю фарбу, в колір неба та логотипу проекту «Art to help». Перед глядачами монітор з заготовленою презентацією, на якій зовсім скоро один на одним будуть представлені аукціонні лоти від художників, які вони надали безкоштовно або продали організаторам за символічні суми. Організаторку Сашу Манакіну, ймовірно, надихнула ідея, що мистецтво може стати символом солідарності та консолідації. Адже картини — це не лише фарби на полотні; це історії, емоції і інколи новий шлях. Уявіть: художники з України, Вірменії, Грузії та інших країн об'єдналися, щоб показати світу, що мистецтво має лише ті кордони, у які його вписують люди. Роботи Яни Чернової з Білорусії, Юлії Даль з України та Вікторії Когай, що народилася в Узбекистані, раптово стають не просто творами мистецтва, а посланнями миру, нагадуванням про те, що культура і творчість можуть слугувати полум'ям надії у темні, холодні часи. Загалом в аукціоні беруть участь 30 художників, які мають відкриту позицію про війну. Їхні роботи містять в собі заклик до свідомого розуміння наслідків російського імперіалізму. Деякі художники вирішили залишитись анонімними, але більшість публічно та сміливо демонстрували роботи під своїм авторством.

Захід почався з мети благодійного аукціону — куди та на що підуть вилучені з продажу кошти. Олександра Манакіна потім в інтерв'ю вірменському сказала, що гроші з продажу робіт українських авторів і авторок спрямували їм. Організаторам було важливо підтримати їх, тому що, перебуваючи в умовах постійних обстрілів, важко зберігати ментальне здоров'я, здатність працювати і забезпечувати свої базові потреби». Загальна сума аукціонного збору склала 10 000 доларів, які були розподілені між трьома фондами: вірменським фондом «Armenian Food Bank», який займається допомогою біженцям та бідним сім'ям Вірменії, фондом «Save Ukraine», який евакуює українців з зони бойових дій та повертає депортованих дітей додому, та «Українською волонтерською службою», яка займається допомогою українцям на окупованих територіях.

«Мистецтво на допомогу» демонструє, що для підтримки важливих справ не обов'язково бути політиком або мільярдером. Досить мати пензель, кілька ідей і велике серце. Захід відбувся як в офлайн-, так і в онлайн-форматі, щоб дати кожному шанс зробити свій внесок.

Аукціон відрізнявся демократичністю: один з гостей, після того як виграв лот, з посмішкою сказав: «Я прийшов сюди за картиною, а отримав ще й порцію гумору від нашого ведучого. Тепер ця картина буде нагадувати мені не тільки про важливу справу, а й про цей незабутній вечір».

Особливу увагу привертав куточок, де можна було за донат придбати тиражний лот. «Не соромтесь допомагати! Все разом – ми сила!» – сказала Саша Манакіна в кінці заходу, тримаючи одну з тільки-но проданих картин. Вечір завершився не тільки успішним збором коштів, але й підтвердженням того, що мистецтво, гумор та спільні зусилля можуть стати міцним фундаментом для змін.

Пам'ятайте, кожен з нас може стати художником змін, адже для великих справ не обов'язково мати масляні фарби та полотно – достатньо бажання допомогти та віри в силу мистецтва. В кожному з нас живе маленький чарівник, здатний творити добро у найрізноманітніших формах. І так, хай у цьому світі іноді трапляються сумні події, але поки в наших серцях живе прагнення до світла

і тепла, ми можемо зробити його кращим, мазок за мазком, крок за кроком. Аукціон «Мистецтво на допомогу» - яскравий приклад самоорганізації активної громади. Проект був організований за залученням міжнародної співпраці та дуже добре технічно підготовлений, попри те, що організатори не є спеціалістами в сфері арту. Мистецтво — вільна галузь, яка може бути реалізована через величезний спектр різноманітних ідей. Сучасний артменеджмент в Україні живе, в основному, за рахунок подібних прикладів самоорганізації зацікавлених та мотивованих. Уявіть собі, яких результатів та якого масштабу можна організовувати творчі проекти та моделі співпраці за підтримки державної та регіональної влади. Взаємодія між нашими митцями та міжнародними партнерами — приватними покупцями, аукціонними домами, галереями, колекціями та музеями потребує правової підтримки при продажі роботи за кордон. Також потрібна комунікація (пошук та обговорення умов співпраці), з'ясування фінансових умов. Частина коштів має надійти у бюджет. Кооперація митців, артменеджерів, ЗМІ та органів місцевого самоврядування, представників центральних органів влади може створити стабільний сегмент економіки, який буде сприяти культурному, інтелектуальному та духовному розвитку територіальних громад та всього суспільства.

Юлія Крамарчук