

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

(підпис) (прізвище та ініціали)

«__» _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

здобувача ступеня бакалавра **менеджменту соціокультурної діяльності**
Кучкової Аліни Михайлівни

за темою:

«Галерея як культурно-комунікаційний майданчик в закладах вищої освіти (на прикладі Галереї мистецтв «Академічна» СумДУ)»

(галузі знань **02 Культура і мистецтво**
спеціальність **028 Менеджмент соціокультурної діяльності**)

Науковий керівник
кандидат педагогічних наук, доцент
старший викладач кафедри ППСТ

_____ Повалій Тетяна леонідівна

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

«__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри
кандидат філософських наук, доцент

_____ Світайло Ніна Дмитрівна

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

«__» _____ 20__ р.

Підсумкова оцінка:

Національна шкала _____

Кількість балів ECTS _____

Суми 2022

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи здобувача ступеня бакалавра менеджменту соціокультурної діяльності Кучкової А. М. на тему: «Галерея як культурно-комунікаційний майданчик в закладах вищої освіти (на прикладі Галереї мистецтв «Академічна» СумДУ)».

Ключові слова: галерея, культурно-комунікаційний майданчик.

Метою кваліфікаційної роботи є висвітлення теоретичних складових дослідження та розроблення рекомендацій щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

У відповідності з метою дослідження, визначені його **завдання**:

1. Висвітлити поняттєво-термінологічний апарат дослідження.
2. Розглянути особливості використання культурно-комунікаційного майданчику та специфіка діяльності галерей.
3. Проаналізувати діяльність галереї мистецтв «Академічна».
4. Подати авторську модель інтерактивного заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика.
5. Розробити рекомендації щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Об'єктом кваліфікаційного дослідження є галерея як культурно-комунікаційний майданчик.

Предметом кваліфікаційного дослідження є специфіка використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Методи дослідження: теоретичні – аналіз, синтез, систематизація, узагальнення, які дозволили впорядкувати наукову та методичну літературу з даної тематики; емпіричні – метод аналізу методичної документації що дозволив подати авторську модель проведення заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика, системно-структурний метод – для розробки рекомендацій щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати фахівцями культурно-мистецького профілю під час планування, організації та проведення занять зі здобувачами в закладах вищої освіти; науковими дослідниками, викладачами та менеджерами соціокультурної діяльності.

Структура і обсяг кваліфікаційної роботи. Досягнення мети і вирішення завдань дослідження відображені у змісті роботи, який складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 41 сторінка (основний текст – 37 сторінок).

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ СКЛАДОВІ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЛЕРЕЙ ЯК КУЛЬТУРНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО МАЙДАНЧИКУ	8
1.1. Поняттєво-термінологічний апарат дослідження	8
1.2. Особливості використання культурно-комунікаційного майданчику	11
1.3. Специфіка діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику	15
Висновки до розділу 1	20
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ СКЛАДОВІ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЛЕРЕЇ МИСТЕЦТВ «АКАДЕМІЧНА» ЯК КУЛЬТУРНО- КОМУНІКАЦІЙНОГО МАЙДАНЧИКУ	22
2.1. Аналіз діяльності галереї мистецтв «Академічна»	22
2.2. Модель інтерактивного заняття на платформі культурно- комунікаційного майданчика	25
2.3. Рекомендації щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика	32
Висновки до розділу 2	33
ВИСНОВКИ	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38
ДОДАТКИ	40

ВСТУП

На сьогодні науковою спільнотою вироблено безліч різноманітних сучасних платформ для вдосконалення вмінь та навичок здобувачів вищої освіти. При цьому накопичено великий досвід в апробації цих платформ. На основі цього досвіду можна виділити найбільш пріоритетні та перспективні з них, до яких відносяться культурно-комунікаційні майданчики. Так, культурно-комунікаційними майданчиками можуть виступати різноманітні інститути соціокультурної сфери (музеї, бібліотеки, планетарії). У цьому контексті корисним буде розглянути галерею як одну із культурно-комунікаційних майданчиків, що може стати серйозним підґрунтям у закладах вищої освіти з метою підвищення якості навчального процесу.

Зауважимо, що галерея є важливою ланкою в культурному та просвітницькому житті здобувачів вищої освіти, тому що вона має усі інструменти, щоб формувати естетичні уподобання своїх відвідувачів, стає дедалі активнішим острівцем просвітницької діяльності, а також відображає різні культурні тенденції та може стати для закладів вищої освіти основним культурно-комунікаційним майданчиком. Завдяки її вдалій здатності поєднувати просвітницькі та освітні складові діяльності, вона має величезний вплив на розвиток усього культурного життя, а відповідно виступає важливим стимулом розвитку мистецького процесу та естетичного виховання студентів.

Аналіз джерел і літератури свідчить про наявність значного доробку, який присвячений лише певним аспектам галерейної діяльності, зокрема в культурно-комунікаційному просторі. Насамперед слід відзначити наукові розвідки В. Михальчука, Л. Крупеніної, В. Хаматова. У працях висвітлюються загальні складові галерейної діяльності, передумови становлення та розвитку галерей у контексті українського мистецького середовища. Також автори здебільшого зосереджують свою увагу на історичних та соціокультурних передумовах розвитку мистецьких процесів, у контексті яких розглядається галерея. Це передусім наукові дослідження Г. Скляренко, В. Сидоренка, О. Щеглової, Є. Герман та ін. Цінною працею, у якій вперше розглянуто галерейну діяльність

як основну складову вітчизняної художньої культури з позицій мистецтвознавства є дисертаційна робота В. Михальчука «Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України».

Отже, в Україні, де в останні декілька років, враховуючи загальну економічну ситуацію, розвиток галерейної діяльності суттєво пригальмувався, сьогодні фактично відсутній освітній підхід у принципах використання галерей у навчальному процесі. Саме тому, потреба у навчанні фахівців соціокультурного профілю, необхідність усунення перешкод для вільного спілкування студентів у мистецькому середовищі, важливість залучення сучасних організаційних форматів навчання з одного боку та відсутність науково-методичної бази з зазначеного питання зумовлюють актуальність роботи та вибір теми «Галерея як культурно-комунікаційний майданчик в закладах вищої освіти (на прикладі Галереї мистецтв «Академічна» Сумського державного університету)».

Мета кваліфікаційної роботи – висвітлити теоретичні складові дослідження та розробити рекомендації щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Завдання дослідження:

1. Висвітлити поняттєво-термінологічний апарат дослідження.
2. Розглянути особливості використання культурно-комунікаційного майданчику та специфіку діяльності галерей.
3. Проаналізувати діяльність галереї мистецтв «Академічна».
4. Подати авторську модель інтерактивного заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика.
5. Розробити рекомендації щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Об'єкт дослідження – галерея як культурно-комунікаційний майданчик.

Предмет дослідження – специфіка використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Методи наукового дослідження. Для реалізації поставлених завдань та

досягнення мети використано комплекс методів: *теоретичних* – аналіз, синтез, систематизація, узагальнення, які дозволили впорядкувати наукову та методичну літературу з даної тематики; *емпіричних* – метод аналізу методичної документації що дозволив подати авторську модель проведення заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика, системно-структурний метод – для розробки рекомендацій щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що вперше завдяки оцінці специфіки діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику запропоновано власне визначення поняття «культурно-комунікаційний майданчик» та розроблено авторську модель проведення заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика.

Практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що теоретичні та практичні висновки повністю готові для використання фахівцями культурно-мистецького профілю під час планування, організації та проведення занять зі здобувачами в закладах вищої освіти. Результати дослідження також можуть використовуватися науковими дослідниками, викладачами та менеджерами соціокультурної діяльності.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дослідження обговорювались під час презентації роботи на кафедрі психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

Структура роботи. Досягнення мети і вирішення завдань дослідження відображені у змісті роботи, який складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 41 сторінка (основний текст – 37 сторінок).

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ СКЛАДОВІ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЛЕРЕЙ ЯК КУЛЬТУРНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО МАЙДАНЧИКУ

1.1. Поняттєво-термінологічний апарат дослідження

Одним із інститутів соціокультурної діяльності є галерея. У ній розробляються та впроваджуються різноманітні культурні проекти, відбуваються зустрічі та виставки, працюють студії та клуби тощо. Сучасні галереї поєднують надання послуг, пов'язаних із додатковою освітою, заняттями з інтересів з рекреаційними програмами. Відвідування галереї – результат вільного вибору людиною форми проведення свого дозвілля та дозвілля членів своєї сім'ї (Орел, 2008, с. 59-60).

Комунікації та спілкування в галереї відбувається у невимушеній обстановці, коли найбільш вільний характер поведінки сприяє взаєморозумінню, а тому їх сміливо можна сприймати як культурно-комунікаційний майданчик. Усі види та форми соціокультурної діяльності розвиваються та вдосконалюються на основі такого вільного довірчого спілкування. Хоч би яка форма культурно-дозвільної діяльності була обрана: тематичний вечір, навчальні заняття у творчому колективі, спільна робота в студії, відвідування виставки тощо – обсяги спілкування в кожному разі різні. Різними будуть і його мета, і спрямованість: пізнавальна, розважальна, критична, виховна тощо. Але скрізь важливу роль відіграватимуть різні форми спілкування людей, зокрема студентів, один з одним на такому культурно-комунікаційному майданчику (Орел, 2008, с. 60).

Окреслюючи теоретичні складові діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику оперуємо поняттями «галерея», «художня галерея», «майданчик», «культурний майданчик», «комунікаційний майданчик» та «культурно-комунікаційний майданчик». Проаналізуємо наукові дослідження щодо визначення цих понять.

Передовсім, звернемось до визначення поняття «галерея». Даний термін виник у 16 столітті та згодом перетворився на художні та художні галереї і тепер використовується в основному для опису художніх музеїв та комерційних торгових майданчиків мистецтва. В основному, раніше галерея була поверхом над підлогою церкви. Зазвичай у західному кінці церкви, над західним входом, використовувалися для розміщення співаків або музикантів, які танцюють у церемоніях. Так, галерея – це майже онлайн-місце або місцеве підприємство, де виставляють, пропонують і продають мистецтво. Більшість галерей демонструють сучасне мистецтво або спеціалізуються на спеціальних предметах і областях мистецтва, таких як живопис і графіка. Галереї – це класичні ріелтори або арт-дилери.

Дослідник *В. Михальчук* (2014) у своїх працях розглядає поняття «художня галерея», під яким розуміється відносно нова форма інституціалізації мистецького процесу, що відрізняється від класичного музею своєю специфічною орієнтацією на феномен contemporary art. Науковець стверджує, що в культурному просторі України художні галереї провадять свою активну діяльність трохи понад двадцять років. Втім, високий інтерес наукового і артистичного співтовариства до сучасної галерейної діяльності як визначального фактора розвитку сучасного мистецького процесу в Україні пояснюється інтенсивними процесами комерціалізації мистецтва та стиранням межі між елітарною та масовою культурою, притаманної для модерних суспільств. Сьогодні галереї є свого роду художнім простором, де народжуються і реалізуються творчі ідеї, співзвучні тенденціям розвитку постмодерної культури, які чутливо реагують на процеси світової культури та водночас зберігають характерні риси та особливості українського арт-ринку, вдало позиціонуючи його в світовий мистецький простір (с. 202).

Науковець *Ж. Делагранж* (2021) вважає, що під художньою галереєю варто розуміти виставковий простір для демонстрації та продажу творів мистецтва. У результаті художня галерея є комерційним підприємством, що працює з портфоліо художників, у якому галерея виступає в якості дилера, який

представляє, підтримує та розповсюджує твори мистецтва відповідних художників. Зауважує на тому, що художня галерея створює керовану виставкову програму своїх представлених художників – або художніх маєтків – з якими вони мають (довгострокове) співробітництво, підтримуючи та контролюючи їхню кар’єру, продаючи свої твори мистецтва та просуваючи їх, щоб розвивати свою кар’єру.

Вагомим дослідженням, що висвітлює функціонування сучасних галерей України в просторі міської культури та їхній вплив на його формування є публікація *Л. Крупеніної* (2013) «Арт-галерея як модератор художнього середовища міста», у якій аналізується процес комунікації галерей з усіма суб’єктами арт-системи, що проявляється у відношенні «галерея-художник», «галерея-колекціонер», «галерея-глядач». Автор звертає увагу на специфічну діяльність галериста в системі комунікаційних відносин у просторі арт-ринку між живописцем, який створює твір мистецтва, галереєю, що репрезентує його публіці, і глядачем. У роботі логічно обґрунтовується положення про те, що арт-галерея відіграє роль модератора і арт-ринку, і всього мистецького простору міста, а галерейна діяльність є ключовим сегментом арт-ринку (с. 151).

У контексті зарубіжного досвіду заслуговує уваги дисертація *Х. Ванга* (2009) «Роль галереї у сучасному китайському арт-ринку», в якому вивчаються спільні риси та відмінності між китайським і західним арт-ринком з точки зору важливого гравця у цьому сегменті – художньої галереї. Визначаючи роль галереї через зв’язки та взаємодії цієї інституції з іншими учасниками на ринку, такими як художники, аукціонні будинки, художні музеї, мистецтвознавці, покупці та державні структури, дослідник пояснює механізми розвитку арт-ринку Китаю та чинники, що впливають на його формування (с. 2).

Наступним ключовим поняттям дисертаційного дослідження є термін «культурно-комунікаційний майданчик», складові якого потрібно розглянути детальніше. Не дивлячись на широке використання в науковій та популярній літературі поняття «майданчик», воно потребує визначення й уточнення. Так, у Великому тлумачному словнику сучасної української мови (2005) майданчик

визначається як невелика ділянка землі або приміщення, призначений для чого-небудь, який відокремлений і відведений для чого-небудь (с. 637).

Загальний сенс категорії «майданчик» має своє специфічне наповнення у сполученні з термінами «культурний» та «комунікаційний». На наш погляд, влучним є визначення культурного майданчику сформульоване як місце, спеціально відведене під проведення заходів або місце відпочинку, культурна діяльність якого спрямована на збереження, створення та поширення цінностей. У свою чергу інші джерела надають визначення поняттю «комунікаційний майданчик», що розуміється як місце, яке призначене для обговорення чого-небудь, а комунікаційна діяльність спрямована на налагодження відносин між певними об'єктами з ціллю взаємодії індивідів під час якої відбувається обмін інформацією та діями, у яких знаходять своє відображення особисті характеристики партнерів.

Отже, узагальнення означених міркувань дозволяє надати сутнісні характеристики одному з ключових термінів нашого дослідження. Таким чином, ми характеризуємо культурно-комунікаційний майданчик як багатофункціональну площадку, яка виступає єдиним простором для проведення мистецько-культурних заходів, що розвиває та реалізує потенціал самих різних соціальних груп з метою взаємодії індивідів під час якої відбувається обмін інформацією та практичними навичками.

1.2. Особливості використання культурно-комунікаційного майданчику

У сучасному комп'ютеризованому світі багато людей розучилися простому спілкуванню. Хоча на одній території проживає велика кількість молодих самодіяльних музикантів, художників, поетів, композиторів, вони всі розрізнені, або ходять до об'єднань відокремлені за віковою ознакою один від одного. А отже виникає проблема творчої активності для молоді, зокрема студентського віку, яка хоче проявити себе у творчості, виконувати пісні власного твору, грати музику, яка подобається без рамок та обмежень тощо. Саме

використання культурно-комунікаційного майданчику, який зміг би прийняти творчих людей готових до культурних експериментів, які потребують презентації своєї творчості та зворотного зв'язку від глядачів, може подолати таку ізольованість. Такий культурно-комунікаційний майданчик приваблюватиме молодих людей своєю відкритістю у спілкуванні та свободою у вираженні власних думок.

Ключем до вирішення окресленої проблеми є створення комфортного середовища та рівних умов для реалізації творчих можливостей людей. На культурно-комунікаційному майданчику зможуть об'єднатись люди для спільної творчої роботи, соціально-активної діяльності з організації культурних проєктів тощо.

Перейдемо до визначення мети та формулювання конкретних завдань у використанні культурно-комунікаційного майданчику. Так, мета полягає в тому, щоб створити постійно діючий комунікативний культурний простір для об'єднання творчих людей та людей захоплених мистецтвом; створити для відвідувачів ситуації успіху для соціалізації та позитивного розвитку, за рахунок залучення до соціально-активної творчої діяльності; створити умови для всебічного розвитку молоді, самореалізації особистості, розкриття талантів молоді особи (у нашому випадку студентів ЗВО); реалізувати культурно-освітні програми лекцій, майстер-класів, ворк-шопів відомих представників культури.

Мета реалізується в ряді конкретних завдань (Art zoom, 2020):

1. Благоустрій та підготовка культурно-комунікаційного майданчику. Придбання необхідного інструментарію, меблів тощо.
2. Пошук та налагодження контактів із представниками культурно-мистецької сфери. Створення електронного каталогу музикантів, поетів та художників.
3. Створення умов обміну досвідом між представниками різних субкультур.

4. Удосконалення художнього та виконавського рівня представників творчої молоді шляхом організація концертів та творчих вечорів. Організація виставкового простору для молодих фотографів, художників.

5. Залучення молоді до нових видів мистецтва.

6. Організація майстер-класів та відкритих репетицій митців.

7. Об'єднання творчих колективів та молодіжних організацій, установ та органів влади щодо роботи з молоддю, які захоплюються культурою та мистецтвом.

Також одним із напрямів використання культурно-комунікаційного майданчику є створення для відвідувачів успіху для соціалізації та позитивного творчого розвитку. Залучення у соціально-активну творчу діяльність із залученням наставників зі сфери культури допоможе відчутти життєві цінності, розкрити свій творчий потенціал.

Зауважимо, що у рамках використання культурно-комунікаційного майданчику можна провести низку заходів, а саме (Арт zoom, 2020):

– майстер-класи з різних видів мистецтва, на які будуть запрошені особи різного віку (учні, студенти, самодіяльні артисти та ін.);

– концерти різноманітних виконавців (музичних, танцювальних, театральних);

– відкрити майданчик вільного доступу до витворів мистецтва;

– виставки інсталяції молодих художників;

– свята, які можуть бути розподілені за наймоднішими напрямками молодого мистецтва тощо.

Встановлено, що культурно-комунікаційний майданчик має безумовний креативний потенціал, який проявляється в наступному (Орел, 2008):

1. Має, як правило, місцевий та актуальний характер, що є його істотною перевагою по відношенню до художніх форм минулих століть.

2. Найвищою мірою соціальний, він дає можливість не тільки бути присутнім, а й відчувати себе частиною місцевого культурного співтовариства. На відміну від звичайного відвідування музею чи концертної зали, де ти

отримуєш програмку та виступаєш пасивним глядачем, тут можна вільно спілкуватися з артистами та аматорами мистецтва.

3. Виступає креативним місцем де завжди щось відбувається. У науковій літературі досить детально описані офіційні місця-установи, які можуть стати культурно-комунікаційним майданчиком: палаци та будинки культури, клуби, театри, музеї, парки культури та відпочинку, філармонії, концертні та виставкові зали, картинні галереї, бібліотеки тощо. Це можуть бути також невеликі кіно- та просто театри; або гібридні майданчики – наприклад, книгарня / чайна / театр або галерея / студія / центр живої музики. Часто вони займають переобладнані приміщення, які раніше використовувалися для інших цілей. Дія може відбуватися і на тротуарі, де розставлені столики і в будь-яку пору панує пожвавлення: музиканти, вуличні торговці, актори та перехожі утворюють строкаті групи. Тут перетинаються одразу кілька сфер: музична сцена, мистецтво, кіно, відпочинок, нічне життя – це посилює взаємний ефект.

4. Пропонує вибір з цілого асортименту можливостей; за один вихід можна спробувати одразу кілька варіантів творчої роботи. Тут ми також маємо свободу регулювати рівень та інтенсивність свого досвіду. Ми можемо вибрати активне, енергійне проведення часу в танц-залі, наприклад, або слухати музику; усамітнитися в тиші книгарні тощо.

6. Культурно-комунікаційний майданчик еkleктичний, але в цьому полягає значна частка його привабливості. Тим більше, що еkleктизм присутній у багатьох сучасних художніх формах. Він може бути потужним творчим стимулом, не випадково еkleктичний смак є майже стовідсотковою ознакою креативного класу.

7. Має як соціальну, так й інтерактивну природу. Участь не зводиться до простого сприйняття постановок чи творів мистецтва. Ми можемо спілкуватися і розмовляти або сидіти весь вечір осторонь і дивитися, як перед нами розгортаються епізоди людської креативності. Багатьом приналежність майданчику визначається комунікативною атмосферою, а й просте спостереження людей теж може бути цікавою формою культурного обміну.

8. Передбачає різноманітний візуальний досвід. Його особливе середовище звільняє та розкріпає людей.

Отже, культурно-комунікаційний майданчик слід розглядати як соціокультурне середовище, яке включає: кінцеві елементи (різні форми культуротворчої діяльності людей); взаємозв'язки елементів (соціокультурні зв'язки, міжособистісні відносини, культурні обміни, взаємодії, спілкування тощо); функції елементів системи як цілого (необхідність певних культурно-нормативних дій для збереження культури); кордони (визначальні можливості для включення людей до культурних процесів); підсистеми (колективи самодіяльної творчості, аматорські об'єднання, клуби за інтересами, інші клубні формувань); оточення (інфраструктуру, що забезпечує можливість культурної діяльності, взаємодію з іншими соціокультурними системами).

1.3. Специфіка діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику

Нині галерея виступає чудовим майданчиком для молодих музикантів, художників, поетів, де кожен може проявити себе в різних напрямках сучасного мистецтва, поговорити про нову і стару культуру, мистецтво, творче самовираження. Основна ідея використання галереї це об'єднання молодого покоління (у нашому випадку студентів ЗВО) та фахівців культурно-мистецького профілю на одному майданчику для творчих сміливих експериментів. Матеріально-технічна база створеного майданчика дозволить майбутнім менеджерам соціокультурної діяльності спробувати себе у цьому напрямі, побачити творчу діяльність професіоналів, вибудувати власне бачення щодо означеної форми роботи (Art zoom..., 2020).

Конкретизуємо основні функції галерей, що передбачають як видимі, так і невидимі на перший погляд можливості. Серед таких функцій виділяються наступні: розвиток та підтримка своїх митців, часто виходячи за межі звичайної роботи влаштування шоу, просування своїх художників та продаж робіт; а також

надання таких послуг, як фінансовий менеджмент або книговидання, щоб допомогти своїм митцям більш повно зосередитися на своїй роботі.

Зауважимо, що галерея керується більше з комерційною метою. Це тому, що вона існує для популяризації робіт художників і представлення художників, щоб художники могли продавати свої вироби. Коли хтось відвідує галерею, то йде туди з бажанням познайомитися з творчістю художника і, можливо, купити якусь роботу, якщо ціна підходить.

Галерея може бути однією кімнатою або серією кімнат або цілісною будівлею, присвяченою мистецтву. Це може бути верхній поверх, балкон чи хол. Багато типів публічних мистецьких просторів мають галереї для демонстрації своїх творінь. Виходячи з вище зазначеного, зауважимо, що мета діяльності галереї полягає в тому, щоб збільшити експозицію для художників і підвищити оцінку глядачами творів мистецтва. Деякі галереї загальнодоступні, інші приватні. Якщо галерея безкоштовна, вона називається «сховищем».

Розглянемо далі типологію галерей, яка не є досконалою через розмаїття тлумачень самої галереї як дидактичної категорії. Найкращий огляд типології галерей, на наш погляд, представлено *К. МакЕндрю* (2018) в статті «What is an art gallery». Серед основних типів галерей виділено: художню галерею (брендову, традиційну, комерційну та магазинну галереї), галерею-фотоколаж, фізичну та віртуальну галерею, кооперативну галерею, галерею прокату та галерею марнославства (McAndrew, 2018). Розглянемо їх більш детально.

Художня галерея є місцем, де можна побачити та придбати твори мистецтва нових або відомих майстрів; виставковим простором для демонстрації та продажу творів мистецтва. В результаті художня галерея є комерційним підприємством, що працює з портфоліо художників, у якому галерея виступає в якості дилера, який представляє, підтримує та розповсюджує твори мистецтва відповідних художників. Важливо пам'ятати, що галерея – це не магазин, а місце зустрічі любителів мистецтва.

Зауважимо, що художні галереї бувають ексклюзивними або публічними. Ексклюзивні художні галереї збирають і демонструють мистецтво для приватних

зустрічей, тоді як публічні галереї відкриті для всіх. Мистецтво в усіх формах демонструється, включаючи малюнки, фотографії, статуетки, ручні ткацькі верстати та мистецтво інсталяції.

Встановлено, що художні галереї відіграють важливу роль у художній індустрії. Вони є сполучною ланкою між художниками та колекціонерами, шукають нові таланти та продовжують демонструвати найкращих художників своєю виставковою програмою. Проте, незважаючи на те, що художні галереї мають вирішальне значення у світі мистецтва, існує багато помилкових уявлень про них.

Насправді художні галереї не завжди так добре відомі, чим вони є і чим займаються. Так, художні галереї мають дуже різноманітну діяльність, і кожна галерея має трохи інший підхід до свого бізнесу. Проте, загалом, є певні речі, які роблять майже всі художні галереї, які можна вважати основою їхньої діяльності. Художня галерея створює керовану виставкову програму представлених ними художників – або художніх маєтків – з якими вони мають (довгострокове) співробітництво, підтримуючи та контролюючи їхню кар'єру, продаючи свої твори мистецтва та просуваючи їх, щоб розвивати свою кар'єру. Співпраця з іншими галереями (вистави, лекції та ярмарок) – все це сприяє цьому процесу.

Варто також зазначити, що національні художні галереї відіграють важливу роль у розпалюванні націоналізму, оскільки багато з них розташовані в політичних будівлях, демонструють мистецтво, яке демонструє як історію, так і культуру. Художні галереї не тільки демонструють мистецтво, але деякі з них акцентують увагу на історії та еволюції мистецтва в часи. Вони служать форумом для обговорення мистецтва, обміну ідеями та створення спільноти, таким чином виступають як культурно-комунікаційний майданчик.

Величезна виставка мистецтва також служить майданчиком навчання для тих, хто спеціалізується у цій сфері. Художні галереї влаштовують конкурси, щоб заохотити нових художників-початківців продемонструвати свою майстерність та творчість.

У процесі дослідження було з'ясовано, що Д. Томпсон (2010) у книзі «Як продати за \$12 мільйонів опудало акули», художні галереї поділяє на чотири основні типи: брендову, традиційну, комерційну та магазинну галереї. Розглянемо їх більш детальноше

Брендові галереї опікуються найпопулярнішими артистами на даний момент, так званими блакитними фішками. Їм корисні контакти з найкращими колекціонерами, музейними установами та їх директорами, а також найвпливовішими кураторами. Вони беруть участь у найкращих мистецьких ярмарках світу і можуть підтримувати ринок своїх художників у багатьох місцях, маючи декілька локацій у кількох країнах. Як приклад можна згадати Gagosian, White Cube або Hauser & Wirth.

Традиційні галереї працюють, відбираючи художників, які закріплюються разом з іншими художниками середньої кар'єри, рекламуючи їх серед різних гравців у світі мистецтва. Вони мають стабільні зв'язки зі своїми колекціонерами та географічне позиціонування поблизу брендів галерей; вони також беруть участь у вибраному списку мистецьких ярмарків.

Комерційні галереї є інкубаторами митців, що розвиваються або вже стали, які після слова стануть частиною «традиційної галереї». Вони працюють переважно на території, на якій географічно розташовані, не нехтуючи онлайн-ринком мистецтва. Цей тип галерей вибагливий до своїх художників. Вони пропонують уважно представити художника публіці, рекламувати шоу на якісних виставкових площах, поширювати знання про творчість художника та здійснювати обмін творами мистецтва/грошима.

Магазинні галереї працюють з художниками, які ще не створені, які, якщо потрібно, орендують галерею, щоб показати свої роботи, що входить до першої покупки любителями мистецтва або випадковими колекціонерами .

Ще один тип *галерея-фотоколаж*. Галерея-фотоколаж – це колекція фотографій, зазвичай розміщених у сітку або ряд. Вони можуть бути платформою другого поверху або вмонтовані в саму стіну. Галерея може бути місцем, де можна демонструвати мистецтво чи експонати. Також можна додати

статус відео або відео до фотоальбому. Ці функції доступні в додатку Галерея і є функцією багатьох популярних мобільних пристроїв. Це може стати чудовою допомогою в просуванні бізнесу.

Галерея-фотоколаж часто найпопулярніші види галерей через їх низькі ціни. Однак, коли фотографія має низьку роздільну здатність, користувач може вибрати зображення з більшою роздільною здатністю. У громадському місці можна використовувати галерею для демонстрації великої колекції творів мистецтва. Зображення також можуть відображатися у статусі відео. Деякі галереї мають фотоколаж або статус відео. Якщо відео було завантажено, глядач також може отримати до нього доступ через камеру.

Існують *фізичні галереї*, де виставки проводяться у фізичному просторі, і *віртуальні галереї*, де виставки проводяться в Інтернеті. У будь-якому з цих двох типів галерей можна дізнатися, як створити колекцію та як доглядати за творами мистецтва. Персонал галереї повинен бути готовий відповісти на запитання щодо стилю, техніки та якості представлених творів мистецтва. Іншим способом обслуговування клієнтів є надання бібліотеки з мистецькими журналами, книгами та практичною інформацією, щоб допомогти своїм клієнтам дізнатися про твори мистецтва в їхньому історичному чи сучасному контексті.

Існує також інший тип дослідницьких галерей, які відрізняються вибором художників і медіа, чий ринок все ще розвивається і тому не може бути визначений як стабільний, наприклад, пов'язаний з цифровим мистецтвом. До них відносяться кооперативна галерея, галерея прокату та галерея марнославства.

Кооперативна галерея зазвичай включає в себе невелику групу художників, які працюють разом, щоб демонструвати своє мистецтво, рекламувати галерею і час від часу пропонують лекції та уроки мистецтва для спільноти. Зазвичай вони стягують членський внесок, який використовується для підтримки та управління закладом. У цьому виді художньої галереї художники вкладають гроші в управління галереєю.

Прокатні галереї зазвичай демонструють художні роботи художників-самоучок. Зазвичай вони мають певний проміжок часу, протягом якого художник має демонструвати свою роботу. Художник повинен подбати про все, починаючи від розміщення творів мистецтва і закінчуючи розсилкою запрошень і проведенням прийому.

Галерея марнославства стягує з художників плату за виставку своїх робіт. Плата може включати членський внесок, плату за оренду виставкового приміщення, плату за підвішування та інші витрати, пов'язані з маркетингом. Ці галереї зазвичай розташовані в районах, де є великий наплив туристів.

Отже, специфіка діяльності різних за типом галерей в першу чергу пропагує художні роботи різними способами, розширює можливості молодих художників, а також дозволяє добре відомим проводити приватні виставки. Художники отримують можливість вчитися та викладати, проводити майстер-класи, лекції та програми, щоб популяризувати мистецтво та розповідати про його історію та еволюцію. Це чудовий спосіб пропагувати мистецтво взагалі, а саме тому усі вони можуть виступати як культурно-комунікаційні майданчики з метою забезпечення можливості проведення освітніх та культурних заходів, презентації діяльності міських спільнот, утворення простору для налагодження відносин між підприємцями, діячами культури та представниками влади.

Висновки до розділу 1

Розглядаючи галерею як важливу ланку в культурному та просвітницькому житті здобувачів вищої освіти, а також для спільноти міста, можна зазначити, що вона має усі інструменти, щоб формувати естетичні уподобання своїх відвідувачів і бути основним культурно-комунікаційним майданчиком.

У першому розділі кваліфікаційної роботи нами була опрацьована низка наукових джерел з обраної тематики, на основі аналізу яких ми окреслили основні поняття дослідження, які на нашу думку, найбільш слугуватимуть детальному розкриттю теми. Окреслюючи теоретичні складові діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику оперуємо поняттями

«галерея», «художня галерея», «майданчик», «культурний майданчик», «комунікаційний майданчик» та надати авторське визначення такого поняття як «культурно-комунікаційний майданчик».

Таким чином, ми характеризуємо культурно-комунікаційний майданчик як багатofункціональну площадку, яка виступає єдиним простором для проведення мистецько-культурних заходів, що розвиває та реалізує потенціал самих різних соціальних груп з метою взаємодії індивідів під час якої відбувається обмін інформацією та практичними навичками.

У кваліфікаційній роботі нами було висвітлено особливості використання культурно-комунікаційного майданчику, та зазначено мету та формулювання конкретних завдань у використанні культурно-комунікаційного майданчику.

У першому розділі кваліфікаційної роботи також приділено увагу розгляду специфіки діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику. Встановлено, що художні галереї відіграють важливу роль у художній індустрії. Вони є сполучною ланкою між художниками та колекціонерами, шукають нові таланти та продовжують демонструвати найкращих художників своєю виставковою програмою. Проте, незважаючи на те, що художні галереї мають вирішальне значення у світі мистецтва, вони ще надають можливості художникам вчитися та викладати, проводити майстер-класи, лекції та програми, щоб популяризувати мистецтво та розповідати про його історію та еволюцію.

Отже, галерея може виступати як культурно-комунікаційний майданчик з метою забезпечення можливості проведення освітніх та культурних заходів, презентації діяльності міських спільнот, утворення простору для налагодження відносин між підприємцями, діячами культури, освітянами та представниками влади.

РОЗДІЛ 2.

ПРАКТИЧНІ СКЛАДОВІ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЛЕРЕЇ МИСТЕЦТВ «АКАДЕМІЧНА» ЯК КУЛЬТУРНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО МАЙДАНЧИКУ

2.1. Аналіз діяльності галереї мистецтв «Академічна»

Галерея мистецтв «Академічна» розпочала свою діяльність у 1998 р. у складі кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Української академії банківської справи, а 11 вересня цього ж року вже відбулося відкриття виставки сумських художників «Світ малюнка» (Побожій, 2003). Керівником галереї став кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Сергій Іванович Побожій, член Національної Спілки художників України.

У процесі дослідження було з'ясовано, що за роки існування галерея мистецтв «Академічна» стала культурним центром не тільки в академії, але й в Сумах. У її стінах пройшло 105 виставок, на яких глядачі познайомилися більш, ніж з 1500 творами образотворчого та декоративного мистецтва, фотографії. У 2003 р. вийшов друком науковий каталог галереї, а до 10-річчя галереї – буклет. У 2012 р. побачив світ альбом «Вибране. Favourites» (Побожій, 2012), у якому представлені твори з мистецького зібрання академії, а сама галерея була занесена до довідника «Художні галереї України».

Варто зазначити, що за цей час у галереї було організовано 35 художніх виставок, на яких експонувалося понад 500 творів живопису, графіки та декоративного мистецтва. У 1999 р. започаткована власна мистецька колекція, яка складається з 13 творів живопису, графіки та декоративного мистецтва. До неї увійшли твори митців з Сум – І. Гапochenка, Б.Данченка, М.Жулінського, І.Лукаша, Р.Миленкової, О.Садовського, Д.Чуднова; з Одеси – В.Кабаченка, художників з Хорватії (І.Лацкович), Швейцарії (Д.Лебер, А.Люччіні, С.Нафцгер). Підсумки збиральницької роботи у цьому напрямку було підведено на ювілейній виставці «Колекція», влаштованої з приводу 5-річчя заснування галереї та виданому до цієї події науковому каталозі (Побожій, 2003).

Конкретизуємо основні напрямки роботи галереї мистецтв «Академічна», а саме (Побожій, 2003):

- організація художніх виставок українських та зарубіжних митців;
- участь у вітчизняних та міжнародних арт-проектах;
- співпраця з галереями мистецтв вищих навчальних закладів України та зарубіжних країн;
- формування Власної мистецької колекції;
- популяризація кращих зразків світового та українського мистецтва;
- підтримка творчості студентів, викладачів та співробітників СумДУ у галузі образотворчого мистецтва та соціокультурної діяльності.

Цікавим, на наш погляд, є те, що з вересня 1998 р. по червень 2003 р. у галереї були організовані 34 художні виставки, на яких експонувалося понад 500 творів живопису, графіки та декоративно-ужиткового мистецтва, а також близько 100 репродукцій з творів світового мистецтва: японська гравюра, фотолітографії з творів відомих російських та українських художників, зокрема І. Рєпіна, А. Куїнджі, В. Васнецова, К. Брюллова та ін.

У цілому можна відзначити, що співробітники галереї намагаються використовувати нові форми мистецької роботи, зокрема влаштовують перформанси. У такій формі було репрезентовано виставку етюдів Івана Гапоненка «Українська Венеція». Пам'яті Лесі Українки присвячувався перформанс «А вчені будували піраміди з книжок. Також в галереї влаштовувалися мистецькі вечори, присвячені видатним діячам мистецтва – Мікеланджело, Левітану, Пікассо, Леонардо да Вінчі, Моцарту, Третякову, Діонісію, Малевичу, Ван Гогу. Відбулися літературно-мистецький вечір «Художник російської картини», присвячений 125-річчю художника Б. Кустодієва, і презентації часопису «Сумська старовина» та збірки поезій Ніни Гавриленко.

Більш того, галерея мистецтв «Академічна» бере активну участь у художньому житті Сумщини, збирає навколо себе майстрів образотворчого мистецтва, надає їм можливість показати свій мистецький доробок, проводить

мистецькі лотереї та конкурси. Під час виставки «Соняшники для Вінсента», присвяченої 150-річчю з дня народження великого голландського художника Вінсента Ван Гога, галерея оголосила конкурс на кращу листівку під назвою «Соняшник для Вінсента» серед студентів Сумського вищого училища культури і мистецтв ім. Д. Бортнянського.

Зазначимо, що першими активістами галереї були студенти Т. Артеменко, Л. Звягінцев, О. Никитенко, Ю. Прядка. Нині у роботі галереї активну участь беруть студенти спеціальності «менеджмент соціокультурної діяльності». Також в галереї проводяться практичні заняття з курсів «Історія та теорія соціокультурної діяльності» (1 курс), «Історія мистецтва» (2 курс), «Топографія культури» (4 курс), «Картографія соціокультурної діяльності» (4 курс), «Етика та деонтологія. Естетика» (4 курс), що сприяє постійному поповненню мистецького осередку студентами. Чимало практичних завдань студенти виконують на основі експонатів виставок, а технічне обладнання галереї дозволяє переглядати відеофільми, слайди та прослуховувати музичні твори.

У 1999 р. в галереї було започатковано власну мистецьку колекцію. До неї ввійшли твори живопису і графіки митців з Сум – Б. Данченка, М. Жулінського, І. Лукаша, Р. Миленкової, О. Садовського, Д. Чуднова; з Одеси – В. Кабаченка, художників з Хорватії та Швейцарії. Твори цієї мистецької колекції прикрашають читальний зал бібліотеки, а також інтер'єри Сумського державного університету.

Важливо зауважити, що галерея має сторінку в Інтернеті на web-сайті Української академії банківської справи, яку постійно поповнює її незмінний керівник – кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій С. І. Побожій.

Наступна логіка нашого дослідження потребує встановлення основних функцій діяльності галереї мистецтв «Академічна». Так, вона виконує естетичні, психологічні, художні та соціальні функції. Мистецька колекція надає можливості ознайомитися з різними напрямками та течіями мистецтва, особливостями різних мистецьких технік, які розширюють естетичні погляди

студентства. Завдяки колекції вищий навчальний заклад глибше інтегрується у соціум, беручи активну участь у творчому житті міста і регіону. Мистецька колекція допомагає студентам краще адаптуватися у сучасному культурному соціумі, готуючи їх до сприйняття мистецтва в музеях та галереях світу. Корпоративна колекція є також об'єднуючим чинником між студентами, викладачами та співробітниками університету. Галерея мистецтв «Академічна» звертає постійну увагу на популяризацію приватних та корпоративних колекцій на Сумщині шляхом організації виставок і мистецьких вечорів. Зазначимо, що колекціонерство як вид діяльності виходить за межі приватного інтересу кураторів галерей, набуваючи значних соціокультурних функцій (Побожій, 2004).

Отже, галереї мистецтв «Академічна» експонує роботи художників, відомих широкому загалу, допомагає рухатися кар'єрою молодому поколінню та виступає для Сумського державного університету таким культурно-комунікаційним майданчиком для проведення соціокультурних заходів, що розвиває та реалізує потенціал як самих здобувачів вищої освіти, так і професорсько-викладацького складу в інноваційному підході до викладання.

2.2. Модель інтерактивного заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика

Спираючись на аналіз діяльності галереї мистецтв «Академічна» в попередньому підрозділі, де показано, що одним з видів діяльності галереї є проведення навчальних занять, ми дійшли висновку що така практика може бути ще більш застосована на сучасному етапі для проведення інтерактивних навчальних занять.

Така форма роботи в сучасному закладі вищої освіти стає більш затребуваною, оскільки компетентнісна модель навчання орієнтована на здобуття практичних навиків та вмінь. Інтерактивні практичні заняття дозволяють реалізувати один із найбільш прогресивних методів навчання – командну роботу, коли в межах певної групи здійснюється колективний пошук

рішень. Подібний метод, неможливо застосувати коли вся «команда» знаходиться в різних місцях. Отже, під час виключно дистанційного навчання командна робота практично не відбувається, а є можливою лише в аудиторії.

Зазначимо, що інтерактивні методи навчання на сьогодні є актуальним способом роботи викладача в аудиторії. Інтерактивні методи навчання, на відміну від традиційних, базуються на активній взаємодії учасників навчального процесу, при цьому основна увага надається взаємодії слухачів між собою. Саме тому, авторська модель проведення заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика, яка подана нижче, спрямована на активізацію навчального процесу, що зробить його більш цікавим та менш втомлюваним для учасників.

Модель інтерактивного заняття з дисципліни «Історія мистецтв»

Дисципліна – «Історія мистецтв»

Спеціальність – 028 Менеджмент соціокультурної діяльності

Цільова група – студенти Сумського державного університету.

Тема заняття – «Мистецтво модернізму та постмодернізму»

Мета заняття – поглибити розуміння студентами мистецтва; створити основу для студентів, щоб самостійно та критично досліджувати, аналізувати, оцінювати, обговорювати та писати про твори мистецтва; надати можливість подальшому навчанню в цій дисципліні і, зрештою, підвищити свій власний розвиток як художників.

Вид заняття – практична робота.

Тип заняття – творче, практично-орієнтоване.

Форма проведення заняття – проблемна дискусія.

Методи навчання:

– метод ілюстрування – студентам ілюструються картини мистецтва модернізму та постмодернізму;

– залучення в діяльність – висвітлюючі проблемні моменти теми, студенти залучаються до дискусії;

– дискусія – активний метод проведення занять, покликаний мобілізувати практичні і теоретичні знання. Оскільки дискусія доречна при розгляді спірних питань, то у складі теми, що досліджується знайти питання, про які слухачі усвідомлено дотримуються істотно різних точок зору. Отже, за допомогою цього методу можна з'ясувати роль та вплив модернізму та постмодернізму, не тільки як течій в мистецтві, а й світоглядних позицій, на соціокультурний розвиток суспільства;

– порівняння – використовуючи інтерактивні засоби, студенти мають можливість побачити фото митців, ілюстрації їх життя, картини та інші твори мистецтва та здійснити порівняння (умов життя, вплив соціокультурного середовища, технік виконання тощо);

– опитування – після перегляду, дискусії в кінці, для закріплення матеріалу здійснюється опитування заздалегідь продуманих питань.

– метод «сміття та валізи» – метод, завдяки якому студенти закріплюють отриманні знання (як корисні, так і ті, що на їх думку не є корисними).

Форми роботи – індивідуальна активність, діяльність у парах, діяльність у групах, колективна діяльність.

Технічні засоби навчання – відеопроєктор, інтерактивна дошка, планшети/комп'ютери.

Засоби навчання – підручник, блокнот і олівці/фломастери, інтерактивна дошка, планшети/комп'ютери.

Методичне забезпечення – картини, опорні конспекти, фото-, відеофрагменти.

Зміст і хід заняття

І. Вступна частина:

1. Зворотній зв'язок (знайомство, перевірка).

2. Виявлення очікувань

3. Повторення правил.

Знайомство з правилами поведінки в галереях.

По-перше не варто торкатися творів мистецтва. Ваш дотик може здатися невеликим, але навіть найменший контакт може пошкодити поверхню картини, знебарвити камінь і навіть іржавіти метал.

По-друге тримайте безпечну дистанцію між собою та кожним витвором мистецтва. Це допомагає уникнути випадкових дотиків або ударів.

По-третє використовуйте тільки олівці, якщо ви хочете записати чи замалювати під час відвідування галереї.

По-четверте у галереях заборонено приносити їжу, напої та жуйку. Мистецтво в музеї надасть багато їжі для роздумів, а також свято для очей!

По-п'яте у галереях заборонено бігати, штовхатися та грубо вести себе. Відповідна поведінка галереї необхідна, щоб уникнути випадкового наїзду на твори мистецтва та їх пошкодження.

Наостанок фотографуйте без спалаху, будь ласка! Пам'ятайте, що іноді символ «заборонено фотографувати» на етикетці поруч із твором мистецтва або біля входу на виставку вказує на те, що фотографування для цієї роботи чи виставки заборонено.

II. Основна частина.

- Теоретичний блок.
- інтерактивні презентації;
- інформаційні повідомлення;
- дискусії;
- відповіді на запитання;
- опитування думок.

Практичний блок.

- робота в групах;
- аналіз історій та ситуацій;
- керовані дискусії та дебати.

Допоміжні вправи.

Як змінилося мистецтво у 20 столітті? Сучасне мистецтво зазнає постійних змін, його образ досі не уточнений. У 1990-х роках світ вступив у цифрову епоху. Нові технології та Інтернет зробили революцію також у візуальній сфері. Великі зміни, що зачіпають цивілізацію, змушують художників дивитися на світ критично. Багато з них використовують медійні скандали. Їхні роботи викликають важливі питання про стан сучасної людини та часто порушують культурні табу. У той же час вони підпорядковуються законам вільного ринку – суперечливі роботи чи мистецькі події та видатні виставки стають «продуктами».

Вправа 1.

У парах обговоріть свій досвід, пов'язаний із сучасним мистецтвом. Де відбувся цей досвід? Це була галерея, музей, кіно? Чиї ви знаєте твори мистецтва?

Вправа 2.

Установіть відповідність між термінами та їх визначеннями. Ці терміни стануть у нагоді під час уроку.

Тенденція в мистецтві, літературі та філософії кінця 20 ст., будучи критикою сучасної цивілізації, що ґрунтується на ідеї раціонального та єдиного порядку, існуючого у світі, течія в польському мистецтві 1990-х років, що включає художні явища, що критично коментують соціал., політичні, економічні та інші проблеми, що виникли після політичної трансформації 1989 року, напрям у сучасному мистецтві, що полягає у створенні композицій із звичайних предметів, імітації стилю реклами, коміксів тощо.

Модернізм, який бере свій початок із середини 19 століття, охоплює твори мистецтва, а також художні напрями та погляди. Суттєвими характеристиками модернізму були авангардні заміни старого новим, домінування експерименту та безперервне розширення кордонів (нові форми, нові уявлення та нові засоби масової інформації). Як високе та елітарне мистецтво, модернізм заклав основи використання герметичної мови абстракції.

Однак це величезне різноманіття форм і нових засобів виразності визначили весь характер мистецтва першої половини 20 ст. Художники-

модерністи намагалися створити унікальні витвори мистецтва, врівноважуючи глибоку теоретичну думку з міцним досвідом. Це було переважно європейське чи південноамериканське мистецтво, що розвивалося у великих міських центрах, елітних художніх школах, експонувалося в модерні. галереї та створені переважно чоловіками.

Картини Марка Ротко і Франца Клайна – представників абстрактного експресіонізму є зразками модерністських творів мистецтва. Ці художники, зосереджуючись на кольорі та вкрапленнях (Ротко) або лініях і жестах (Клайн), висловлювали тонкі почуття або просто вільно виражалися. Картини антинарративні і впливають лише через форму: площину, колір і спрощені форми.

Обидва американські художники, один представляючи живопис кольорового поля (Ротко), а інший, так званий каліграфічний живопис, належали до покоління, яке увійшло в міжнародний світ мистецтва після 1945 року. Тоді Париж перестав бути центром мистецтва. і був замінений Нью-Йорком - динамічною столицею світу нового мистецтва (див. дод. А).

Вправа 3.

На дошці скульптури шведського художника Клаа Ольденбурга. Визначте тематику творів – як вони реалізують припущення сучасного мистецтва?

Поп-арт-скульптура відмовилася від канону жанру, відійшла як від класичної тематики, так і від матеріалів глини, дерева, каменю чи бронзи. Художники шукали дешевих сучасних матеріалів: гіпс, пінопласт і гуми. Звуження тематики та використання елементів повсякденності життя внесло в ліплення елемент іронії, позбавивши її серйозного й художнього відтінку (див. дод. А).

Вправа 4.

Прочитайте текст Тоні Хорна про постмодернізм і запишіть основні припущення цього напрямку в мистецтві.

Вправа 5.

Знайдіть в Інтернеті та подивіться фільм (відео-арт) Еллен Ветмор під назвою «В гостях у Дори Маар». Що ви думаєте про такі форми вираження?

Інсталяція Елен Ветмор ідеальний зразок постмодерністського твору мистецтва. З використанням відео та комп'ютерного монтажу, художник представив процес «реконструкції» її портрета, посилаючись водночас на аналітичні кубістичні роботи та відомі образи Дори Маар, художниці, фотографа, поетеси, моделі та любителя Пікассо. Використовуючи сучасну техніку, художник просторував класичний станковий живопис. Вона також стала портом-паролем Дори Маар та інших жінок, маргіналізованих світом мистецтва. Характерними рисами постмодерністського мистецтва є впровадження феміністичної проблематики, цитати з іншого твору мистецтва та посилання на традицію (кубізм і сюрреалізм). У фільмі «В гостях у Дори Маар» художниця намагається «винайти» себе з розрізнених, невловимих привидів картин і картин (див. дод. А).

Вправа 6.

Установіть відповідність описам до поданих художніх течій у сучасному мистецтві.

Вправа 7.

Знайдіть і подивіться перші 12 хвилин документального фільму: «Zbigniew Libera. Prace 1982-2000, Zachęta Narodowa Galeria Sztuki». Поясніть термін «критичне мистецтво», і розкажіть про значення творів Лібери, представлених нижче. Якщо ви не можете знайти фільм, читайте про роботи художника в доступних джерелах (див. дод. А).

Підготуйте своєму другові запитання, завдяки якому він перевірить свої знання.

Заклучна частина.

- підбиття підсумків;
- зворотній зв'язок.

Викладач проводить підсумкову частину уроку, використовуючи метод «сміття та валізи», роздаючи маленькі аркуші паперу двох різних кольорів (наприклад, зеленого і жовтий). На зелених папірцях студенти записують

корисне знання та вміння, які вони отримали під час уроку. На жовті папірці записують речі, які студенти не знайшли корисними чи цікавими.

Таким чином, на основі аналізу особливостей діяльності галереї мистецтв «Академічна» та розробленої моделі проведення заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика доцільно запропонувати рекомендації щодо оптимізації роботи галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика, що і подано у наступному підрозділі.

2.3. Рекомендації щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика

Здійснивши аналіз особливостей діяльності галереї мистецтв «Академічна» СумДУ, можна зазначити, що для більш ефективної роботи, зокрема використання як культурно-комунікаційного майданчика, потрібно розширити сфери діяльності. Так, розглянемо основні рекомендації, що можуть бути впроваджені в галереї мистецтв «Академічна»:

1. Враховуючи те, що галерея мистецтв «Академічна» знаходиться в комплексі Конгрес-центр СумДУ, є можливість проводити різноманітні заходи не лише мистецького спрямування, а й культурно-комунікаційного для всієї громади м. Сум та гостей міста.

2. Оскільки вплив будь-якого соціокультурного заходу спрямований на певну аудиторію, то доречно дослідити очікування мешканців щодо можливостей таких культурно-комунікаційних майданчиків. Даний етап може здійснюватися шляхом опитування через анкетування чи інтерв'ю. Важливо також звертати увагу на негативні аспекти які зазначатимуть студенти, оскільки при подальшому використанні отриманої інформації потрібно врахувати при організації заходу та мінімізувати негативний вплив.

3. Маючи певні напрацювання проведення різноманітних виставок, керівнику галереї мистецтв «Академічна» можна організувати центр консультування з питань образотворчого мистецтва.

4. Проаналізувавши можливості галереї мистецтв «Академічна» як культурно-комунікаційного майданчика, а саме проведення різноманітних навчальних занять, зокрема розроблення та реалізацію авторської моделі інтерактивного заняття, можна запропонувати розробити та реалізувати цикл тренінгів з питань мистецтва та культури.

5. Використовуючи галерею мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційний майданчик, можна запровадити цикл тематичних вечорів, на які запрошувати на зустріч з гостями художників та митців Сумщини та України.

6. Вдосконалення власного сайту. Для можливості більше дізнатися про діяльність галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика необхідно вдосконалити власний Веб-сайт, який дасть можливість студентам, мешканцям та гостям міста отримувати актуальну інформацію щодо заходів, які проводить галерея. Також це сформує і певний імідж галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

Отже, діяльність таких культурно-комунікаційних майданчиків як галерея мистецтв «Академічна» повинна сприяти утворенню нових зв'язків, формуванню загальних цінностей, культурних кодів та прояву місцевої ідентичності, зміні репутації й іміджу міста та закладів вищої освіти, зокрема й Сумського державного університету.

Висновки до розділу 2

У другому розділі дипломної роботи опрацьовано практичні складові діяльності галереї мистецтв «Академічна». Показано, що основними напрямками роботи галереї «Академічна» є організація художніх виставок українських та зарубіжних митців, участь у вітчизняних та міжнародних арт-проектах, співпраця з галереями мистецтв вищих навчальних закладів України та зарубіжних країн, формування власної мистецької колекції, популяризація кращих зразків світового та українського мистецтва, підтримка творчості

студентів, викладачів та співробітників академії у галузі образотворчого мистецтва.

Аналіз діяльності галереї дає підстави стверджувати, що галерея «Академічна» крім своїх безпосередніх функцій, може бути ще й культурно-комунікаційним майданчиком, зокрема місцем проведення навчальних занять. Як приклад, в роботі представлена авторська розробка моделі заняття з дисципліни «Історія мистецтв».

Розроблено рекомендації для розширення можливостей галереї «Академічна» СумДУ і використання як культурно-комунікаційного майданчику, а саме: проводити різноманітні заходи не лише мистецького спрямування, а й культурно-комунікаційного, дослідити очікування мешканців щодо можливостей таких культурно-комунікаційних майданчиків, керівнику галереї мистецтв «Академічна» можна організувати центр консультування з питань образотворчого мистецтва, розробити та реалізувати цикл тренінгів з питань мистецтва та культури, запровадити цикл тематичних вечорів, вдосконалення власного сайту.

ВИСНОВКИ

З'ясування теоретичних та практичних складових діяльності галереї як культурно-комунікаційного майданчику дає підстави для таких висновків:

1. Висвітлено поняттєво-термінологічний апарат дослідження, а саме конкретизовано та уточнено такі основні поняття як «галерея», «художня галерея», «майданчик», «культурний майданчик» та «комунікаційний майданчик». Було розроблено власне визначення поняття «культурно-комунікаційний майданчик», яке розуміємо як багатofункціональну площадку, яка виступає єдиним простором для проведення мистецько-культурних заходів, що розвиває та реалізує потенціал самих різних соціальних груп з метою взаємодії індивідів під час якої відбувається обмін інформацією та практичними навичками. Встановлено, що галерея активно приймає участь у процесі комунікації з усіма суб'єктами арт-системи, що проявляється у відношенні «галерея-художник», «галерея-колекціонер», «галерея-глядач».

2. Розглянуто особливості використання культурно-комунікаційного майданчику. Висвітлено основну мету культурно-комунікаційного майданчику, яка полягає в тому, щоб створити постійно діючий комунікативний культурний простір, створити для відвідувачів ситуації успіху за рахунок залучення до соціально-активної творчої діяльності, створити умови для всебічного розвитку молоді, реалізувати культурно-освітні програми. Доведено, що в рамках використання культурно-комунікаційного майданчику можна проводити низку заходів, а саме: майстер-класи, концерти, відкриті майданчики вільного доступу, виставки, свята тощо. Встановлено, що культурно-комунікаційний майданчик має безумовний потенціал, який проявляється в актуальності, соціальності, креативності, великому асортименті можливостей, еkleктичності, інтерактивності та різноманітному візуальному досвіді.

Охарактеризовано специфіку діяльності галерей як культурно-комунікаційного майданчику. Виділено основні типи галерей (художню галерею, галерею-фотоколаж, фізичну та віртуальну галерею, кооперативну галерею, галерею прокату та галерею марносластва) які можуть виступати як

культурно-комунікаційні майданчики з метою забезпечення можливості проведення освітніх та культурних заходів, презентації діяльності міських спільнот, утворення простору для налагодження відносин між підприємцями, діячами культури та представниками влади.

3. Проаналізовано діяльність галереї мистецтв «Академічна». З'ясовано, що за роки існування в галереї пройшло біля 105 виставок, на яких глядачі познайомилися більш, ніж з 1500 творами живопису, фотографії, графіки та декоративно-ужиткового мистецтва. Конкретизовано основні напрямки роботи галереї мистецтв «Академічна», а саме: організація художніх виставок, участь у вітчизняних та міжнародних арт-проектах, співпраця з іншими галереями мистецтв, формування Власної мистецької колекції, популяризація кращих зразків мистецтва, підтримка творчості студентів та викладачів. Зазначено, що співробітники галереї намагаються використовувати нові форми мистецької роботи, зокрема влаштовують перформанси, проводять мистецькі лотереї та конкурси, здійснюють освітньо-практичні заняття, що безпосередньо показує значимість її як культурно-комунікаційного майданчика.

4. Представлено авторську розробку моделі інтерактивного заняття на платформі культурно-комунікаційного майданчика з дисципліни «Історія мистецтв», що спрямована на активізацію навчального процесу. Модель обіймає наступні позиції, а саме: спеціальність на яку вона розрахована, цільову групу (студенти СумДУ), тему («Мистецтво модернізму та постмодернізму») та мету заняття, вид (практична робота) і тип заняття (творче, практично-орієнтоване), форму проведення заняття (проблемна дискусія), методи навчання (ілюстрування, залучення в діяльність, порівняння, опитування, метод «сміття та валізи»), форми роботи (індивідуальна активність, діяльність у парах, у групах та колективна діяльність), технічні засоби навчання (відеопроєктор, інтерактивна дошка, планшети/комп'ютери), засоби навчання (підручник, блокнот і олівці/фломастери, інтерактивна дошка, планшети/комп'ютери), методичне забезпечення (картини, опорні конспекти, фото-, відеофрагменти). Зміст і хід інтерактивного заняття представлено поетапно – вступна частина

(зворотній зв'язок, виявлення очікувань, повторення правил), основна частина (теоретичний і практичний блок, допоміжні вправи), заключна частина (підбиття підсумків і зворотній зв'язок).

5. Розроблено рекомендації щодо використання галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика, до яких відносимо наступні: проводити різноманітні заходи не лише мистецького спрямування, а й культурно-комунікаційного, дослідити очікування мешканців щодо можливостей таких культурно-комунікаційних майданчиків, керівнику галереї мистецтв «Академічна» можна організувати центр консультування з питань образотворчого мистецтва, розробити та реалізувати цикл тренінгів з питань мистецтва та культури, запровадити цикл тематичних вечорів, вдосконалення власного сайту.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів означеної проблеми. Подальший науковий пошук може бути спрямований на удосконалення різних видів діяльності галереї мистецтв «Академічна» СумДУ як культурно-комунікаційного майданчика.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Art зоот» культурно-творческая коммуникативная площадка для молодых музыкантов, художников, поэтов. (2020). Новотроицк: АНО ДПОДМ «Артигра».
2. Бусел, В. Т. (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ; Ірпінь: Перун.
3. Крупеніна, Л. В. (2013). Арт-галерея як модератор художнього середовища міста. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія*, 24 (65), 3, 150-155.
4. Михальчук, В. В. (2014). Мистецька галерея як феномен арт-простору сучасної України. *Мистецтвознавчі записки*, 26, 201-210.
5. Орел, Е. В. (2008). *Коммуникативные стратегии толерантности в социально-культурной сфере*. Екатеринбург: Уральский государственный университет им. А. М. Горького.
6. Побожій, С. І. (2003). *Галерея мистецтв «Академічна». Історія. Виставки. Колекція. Бібліографія*. Суми: УАБС.
7. Побожій, С. І. (2004). Художні моделі світобудови у колекції. *Сучасна картина світу: інтеграція наукового та позанаукового знання*, 3, 170–174.
8. Побожій, С. І. (2012). Вибране. Favourites. Із зібрання Української академії банківської справи Національного банку України. *Сумський історико-архівний журнал*, XVIII–XIX, 153.
9. Побожій, С. І. (2005). Традиції колекціонування на Слобожанщині. Приватні і корпоративні колекції. Перспективи розвитку. *Сумський обласний краєзнавчий музей: історія та сьогодення: науковий збірник*. Суми, 85–94.
10. Побожій, С. І. (2002). Наука цінувати справжнє. Україна. *Наука і культура*, 380–384.
11. Delagrang, Ju. (2021). *The Art Gallery: Everything You Need To Know*. Retrieved from <https://www.contemporaryartissue.com/the-art-gallery-everything-you-need-to-know/>

12. McAndrew, C. (2018). *What is an art gallery*. Retrieved from <https://www.artrights.me/en/art-gallery/>

13. Thompson, D. (2010). *The \$12 million stuffed shark*. New York: Palgrave Macmillan.

14. Wang, X. (2009). *Gallery's Role in contemporary Chinese art market*. Columbus: Ohio State University.

ДОДАТКИ

Додаток А

Матеріал до вправ інтерактивного заняття з дисципліни «Історія мистецтв»

Вправа 2.



Oil on canvas, Museum of Modern Art, San Francisco
Source: Mark Rothko, *Number 14*, 1960, licencja: CC 0.



Oil on canvas, Museum of Modern Art, Nowy Jork.
Source: Franz Kline, *Chief*, licencja: CC 0.

Вправа 3.



Stainless steel, urethane foam, resin, Israel Museum, Jerusalem
Source: Claes Oldenburg, Coosje van Bruggen, *Apple Core*, 1992, licencja: CC BY 2.5, [online], dostępny w internecie:
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:PikiWiki_Israel_19474_quot;Apple_Corequot;_in_Israel_Museum_Jerusalem.JPG

Вправа 5.



Oil on canvas, 92x65 cm, Musée Picasso, Paris
Source: Pablo Picasso, *Portrait Dory Maar*, 1937.

Вправа 7.



24 dolls in cardboard packaging

Source: Zbigniew Libera, *Ciotka Kena*, 1994, licencja: CC BY-SA 3.0, [online], dostępny w internecie:
<http://rastergallery.com/prace/ciotka-kena-1994/>.