

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Факультет іноземної філології  
та соціальних комунікацій

# XI

**ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ**



## **СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**25-26 квітня 2024 року**

# Матеріали

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



**СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО  
СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ ХІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ,  
ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

**(Суми, 25-26 квітня 2024 року)**

**Суми, 2024**

**С-70 Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства:**

Матеріали одинадцятої Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників (Суми, 25–26 квітня 2024 р.)

/ уклад. М. М. Набок. Суми : Сумський державний університет, 2024.

300 с.

До збірника увійшли наукові матеріали, присвячені актуальним проблемам сучасного перекладу, етнолінгвістики, стилістики, методики та методології сучасних мовознавчих та літературознавчих дисциплін. Складовою збірника є наукові розвідки з питань релігії та культури, соціальних і міжкультурних комунікацій, психологічної теорії та практики, соціологічних досліджень.

Для викладачів закладів вищої освіти, аспірантів, студентів, учителів загальноосвітніх шкіл, гімназій, ліцеїв та коледжів, усіх, хто цікавиться питаннями соціогуманітарного напрямку.

Матеріали друкуються в авторській редакції.

**Ольга Бойко,**

доктор філософських наук

професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій  
Сумського державного університету

**Вікторія Будьона,**

студентка Сумського державного університету

## **ПРИВАТНІ ГАЛЕРЕЇ У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦЬКОМУ ПРОСТОРИ**

Проблематика даного дослідження – сучасні галереї та їх діяльність, з першого погляду не є актуальною під час повномасштабної війни. Але, підготовка фахівців-менеджерів соціокультурної діяльності, все ж таки, є важливою сферою освіти, і особливо буде затребуваною після закінчення війни для розбудови нашої держави. І розуміння діяльності сучасних галерей є важливою складовою фахівців соціокультурної діяльності.

Так, галереї відіграють ключову роль у сучасній мистецькій індустрії, збираючи публіку, митців та колекціонерів на своїх виставках та подіях. Вони є місцями, де відбувається не лише продаж та покупка мистецьких творів, а й є містом, де ведеться активний діалог та обмін ідеями між усіма учасниками мистецького середовища. Такі установи допомагають знаходити нові таланти, підтримують розвиток молодих митців і відкривають їхні роботи широкій аудиторії. Крім того, галереї допомагають зберігати і просувати культурну спадщину, організовуючи виставки та роблячи доступними твори мистецтва для огляду та дослідження.

Саме поняття «галерея» означає виставкове приміщення або організація, що спеціалізується на демонстрації та продажу мистецьких творів [2]. Галерея виступає як посередник, представляючи, підтримуючи та розповсюджуючи роботи митців за їхніми запитамі. Хоча більшість галерей працює за приблизно однаковою схемою та організацією, існують різні типи галерей, які використовують різні підходи та процедури. До них відносяться:

- галерея-магазин – це заклад, який поєднує в собі функції виставкового простору для представлення та продажу мистецьких творів і товарів, таких як картини, скульптури, ремісничі вироби, прикраси та інше. Він дозволяє митцям та художникам представляти свої роботи широкій аудиторії, а покупцям - обирати та купувати мистецькі вироби, які привернули їх увагу. Такі галереї можуть мати комерційну спрямованість, але в той же час вони служать інтересам культурного співтовариства, сприяючи розвитку мистецтва та культурного обміну;

- галерея – виставкова зала – це заклад, який призначений переважно для проведення виставок та виставкових заходів. У такій галереї зазвичай експонуються картини, скульптури, фотографії та інші види мистецтва. Її основна функція - сприяти популяризації та розвитку мистецтва, а також створення платформи для спілкування між художниками, кураторами, критиками та глядачами. У порівнянні з комерційними галереями, галереї-виставкові зали частіше мають некомерційну спрямованість і можуть бути підтримуваними державою, музеями або приватними фондами;

- галерея, що поєднує магазин і виставкову залу - це заклад, який комбінує функції виставкового приміщення та магазину. У такій галереї можна не лише оглянути виставлені там твори мистецтва, а й придбати їх. Це може бути корисно для художників, які мають можливість виставити свої роботи та залучити нових клієнтів. Також це створює можливість для публіки не лише оцінити творчість, а й придбати те, що їм сподобалося, без необхідності шукати інший магазин або арт-галерею.

Отже, галерейна діяльність є специфічним соціокультурним середовищем, де завдяки унікальності створюється потрібна атмосфера для процвітання мистецтва, перспективи молодим митцям на платформі арт – ринку й історичний внесок у культурну динаміку суспільства. Сама діяльність вважається недостатньо дослідженою через утиск владою в радянські часи, тому мало хто більш детально приділяв увагу їй в масштабній розробці. Слід відзначити, що різниця між класичним музеєм і галереєю полягає в підході до модернізації,

фінансування, ролі в збереженні та підтримці духовної цінності творів митців. Це може сприяти розвитку в людини естетичного смаку та формуванню поваги до митця, його творчої концепції.

У своїй статті «Мистецькі галереї та центри в умовах сучасного арт-ринку» Захарова О.А. відзначає, що мистецькі галереї та центри стають важливими складовими арт-ринку, що сам становить значний сектор у глобальній економіці та має значний вплив на художнє життя суспільства. Це підтверджує важливість і роль мистецтва як чинника культурного та економічного розвитку, а також активну участь галерей у формуванні арт-сцени і впливі на мистецьке середовище загалом [2].

Дослідження В. Михальчука «Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України» відіграє вагомий роль у вивченні та осмисленні розвитку галерейної сфери в Україні. Він звернув увагу на особливості функціонування арт-галерей в контексті національної художньої культури та їх вплив на формування сучасного художнього простору України. Що важливо, проаналізовано як історичні аспекти розвитку галерейного мистецтва, так і сучасні тенденції, що визначають роль галерей у суспільстві [3].

На теперішній час сучасні галереї є не лише місцем виставок мистецтва, але й платформою для обміну ідеями, дискусій та культурних подій. Вони часто використовують новітні технології для взаємодії з відвідувачами та просування мистецтва. Крім того, галереї активно використовуються для просування мистецтва через маркетингові стратегії та соціальні мережі, що вважається актуальним питанням.

Характерними рисами сучасних галерей є:

1. Інноваційність та експеримент. Виділення галерей, які активно працюють над експериментальними та інноваційними підходами до виставок та інтеракції з аудиторією.
2. Співпраця зі сучасними митцями. Акцент на співпрацю зі сучасними митцями та підтримку їхнього творчого розвитку.

3. Використання новітніх технологій. Виділення галерей, які активно використовують новітні технології для презентації та взаємодії з аудиторією.

4. Широкий спектр мистецьких форматів. Зосередження на різноманітних мистецьких форматах, таких як відеоарт, інсталяції, аудіо-візуальні твори тощо.

5. Інтерактивність та взаємодія з аудиторією. Орієнтація на створення інтерактивних просторів та програм, що стимулюють активну участь аудиторії.

6. Спрямованість на актуальні теми. Фокус на представленні та обговоренні актуальних тем, проблем та тенденцій у сучасному світі через мистецтво.

7. Культурна різноманітність та інклюзивність. Звернення до культурної різноманітності та підтримки інклюзивних підходів до мистецтва та культури.

8. Соціальна відповідальність та адвокація. Акцент на соціальну відповідальність, включаючи адвокацію за соціальні та політичні питання через мистецтво.

Отже, загальна характеристика сучасних галерей відображає важливість цих установ у сучасному мистецькому світі та їх вплив на розвиток культури та суспільства. А для більш чіткого та глибокого розуміння діяльності галерей, їх можливостей, перспектив в сучасному світі, в даному дослідженні здійснено SWOT-аналіз приватних галерей для виявлення слабких, сильних сторін, можливостей та загроз. Так, сильні сторони (Strengths) в діяльності сучасних галерей є:

- можливість швидко реагувати на зміни на мистецькому ринку та в арт-світі;
- унікальна кураторська програма та представлення високоякісних мистецьких робіт;
- ефективна маркетингова стратегія, яка привертає колекціонерів та цільову аудиторію;
- іноваційні підходи до виставок та культурних заходів.

#### Слабкі сторони (Weaknesses):

- обмежений бюджет для маркетингу та просування;
- недостатня присутність у соціальних медіа або неефективне використання цих каналів;
- високоякісних товарів. відсутність зручного місця розташування або обмежений простір для виставок;
- недостатня привабливість для нових митців або обмежений доступ до високоякісних товарів.

#### Можливості (Opportunities):

- розширення маркетингових зусиль та використання нових каналів зв'язку для залучення нової аудиторії.
- розвиток співпраці з місцевими та міжнародними мистецькими організаціями;
- збільшення популярності мистецьких заходів через застосування інноваційних форматів і концепцій.

#### Загрози (Threats):

- конкуренція з іншими приватними галереями та аукціонними будинками;
- економічна нестабільність або зміни у споживчому підході до мистецтва;
- технологічні зміни, які можуть змінити спосіб взаємодії з аудиторією або просування мистецтва.

Таким чином, сучасні приватні галереї відіграють важливу роль у розвитку мистецтва та культурного життя суспільства. Завдяки своїй незалежності та комерційній спрямованості, створюються умови, які формують унікальні передумови для підтримки творчих особистостей та активізації мистецького середовища.

#### Список використаних джерел:

1. Захарова О.А. Мистецькі галереї та центри в умовах сучасного арт-ринку *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2014. №3/1(3).



2. Історія української культури : словник термінів і понять / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України» / уклад. С. І. Побожій. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. 38 с.

3. Михальчук В. В. Галерейна діяльність в системі художньої культури незалежної України : дис. ... канд. мистецтвознавства : спец. 26.00.01 / В.В. Михальчук. Київ : Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. 170 с.

**Валентина Опанасюк,**

доцент, канд. політ. наук

доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

**Катерина Завадська,**

студентка Сумського державного університету

## **ДИНАМІКА ЗМІСТУ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

Соціальна реклама забезпечує розповсюдження актуальної суспільно значимої інформації та ідей, що привертають увагу населення до соціальних потреб. Соціальна реклама спонукає до конкретних дій, підвищує загальну обізнаність населення. Зміст соціальної реклами відображає процеси, що відбуваються в державі та суспільстві. Запровадження правового режиму воєнного стану в Україні накладає відбиток на соціальну рекламу. Воєнний стан є умовою, внутрішнім середовищем, у якому відбуваються динамічні процеси творення змістів рекламних повідомлень.

**Метою** даної публікації є виявлення змін у змісті соціальної реклами в умовах воєнного стану в Україні.

У дослідженні використані загальнологічні методи дефініції понять, аналізу, синтезу, класифікації, порівняння, узагальнення, а також науковий метод контент-аналізу для виявлення змісту повідомлень соціальної реклами.