

*- the Renaissance holidays and state celebrations are a powerful instrument of influence onto the formation of public opinion; a means of solving specific social, political and image tasks of those in power. Leonardo da Vinci, to achieve his goals, uses numerous allegorical compositions that visualize images of The Sun, Poverty, Happiness, Lie, Wisdom, Courage, Envy, Ingratitude and others.*

**Key words:** *Leonardo da Vinci, Renaissance culture, event culture, court leisure, holiday culture.*

УДК 316.73:711.4

**А. М. Тормахова**

### **КУЛЬТУРНЕ МАПУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІТИКИ СТРАТЕГІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІСТА**

*В статті наголошується увага на шляхах досягнення комунікації у питаннях, пов'язаних з міським простором. Підкреслено роль візуальної комунікації у сучасній культурі. Визначено специфіку культурного мапування як методології, що орієнтована на створення своєрідного зведеного інфоресурсу, який надає можливість окреслити попит та пропозицію у різних сферах, пов'язаних з міським простором. Культурне мапування є не лише переліком можливостей, запропонованих з огляду на суб'єктно-об'єктний ресурс, але й шляхом виявлення потенційного перспективного рівня, який може бути досягнутий у певному регіоні чи місцині. Впровадження комунікації між суб'єктами (міською владою, громадою, інвесторами) дозволяє усвідомлювати існуючі проблемні галузі. Залучення методології культурного мапування стає дієвим аналітичним інструментом, що дозволяє виявляти пріоритетні напрямки для формування культурної політики та становлення стратегій трансформації міста.*

**Ключові слова:** *місто, культурне мапування, культурна політика, трансформація, комунікація, аналітика, методологія.*

DOI 10.34079/2226-2830-2021-11-21-61-66

**Постановка проблеми.** Сучасний простір міста невпинно трансформується. Будучи центром взаємодії різних представників соціуму, місто має відповідати тим запитам, що висувуються людством. Важливим завданням постає вироблення певних стратегій, які б дозволили розкривати культурний потенціал міського простору, зробивши його максимально зручним для розвитку креативного потенціалу його мешканців, відвідування гостями міста, вдалих інвестицій тощо. Задля створення аналітичних розвідок, які б дозволили не лише констатувати наявні можливості міста, але й змальовували потенціал його подальшого удосконалення, пропонується використовувати практику культурного мапування. Дана методологія починає поступово впроваджуватися у різних практичних кейсах, пов'язаних з розвитком міст, що й обумовлює дослідницький теоретичний інтерес до аспектів її застосування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Огляд провідних напрямків візуальних досліджень сучасної культури здійснено в дисертаційній праці А. Реутова. Питання трансформації міст під впливом історико-політичних обставин досліджується в публікації Б. Коуп та Н. Мілерюс. Роль громади у формуванні культурної політики міста розглянуто в роботах Н. Іванової, Я. Мінкіна, Ю. Антошук та G. Demel. Практики

культурного мапування як шлях гармонізації міського середовища в соціологічному вимірі аналізуються в праці А. Орлова. Результати проведеного культурного мапування Старобільська представлено в розробці О. Очкурової.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Методологія культурного мапування поступово стає однією з провідних при аналізі ресурсів міста, проте вона не набула достатньо ґрунтового дослідження в сучасному культурологічному дискурсі.

**Мета статті** - дослідити особливості використання методології культурного мапування як інструменту аналітики стратегій трансформації міста.

**Виклад основного матеріалу.** Комунікація є основою людської життєдіяльності. Вона лежить в основі усіх сфер, що мають стосунок до соціуму. Внаслідок того, що сучасна комунікація проходить у тісному зв'язку з візуальністю, найбільш дієвими формами передачі інформації виступають зображальні засоби. Візуальний об'єкт постає за своєю суттю одиницею візуальної комунікації. Передумовами цього процесу було поступове ускладнення технічних засобів, що сприяло становленню нового світу, де функціонують інші смисли. «Технічні винаходи, як фотографія і кінематограф, а потім синергетичний ефект їх розвитку, призвели до того, що для сучасної людини візуальні образи є не тільки і не стільки трансляторами інформації, а власне інформацією. Вони, скоріше, створили новий особливий життєвий світ культури - світ смислів і відносин, куди занурений суб'єкт» (Реутов, 2018, с. 3). Превалювання візуальних форм комунікації сприяє тому, що відбувається запозичення методології, яка була орієнтована на зорове сприйняття та перенесення її у принципово інші сфери.

Комунікація нерідко протікає у зв'язку з містом та навколо питань, що пов'язані з міським простором. Сучасна культура великих міст, які вміщують значну частину населення, виступають центром взаємодії, що стосується обміну даними. «В епоху глобальних міст значущим фактором, що забезпечує добробут і процвітання мегаполісу, виявляється його місце в глобальних потоках транспортування людей, товарів та інформації» (Коуп і Милерюс, 2008, с. 17). Водночас масштабність сучасних міст, їх розгалуженість та швидке зростання потребують шляхів їх комплексного осягнення. Це досягається завдяки процесам цифровізації та віртуалізації, які сприяють становленню комунікативному простору, що гнучко реагуватиме на запити спільноти.

А. Орлов відмічає ті процеси, які стосуються трансформацій міста. Вони включають породження системи, її ускладнення, взаємодію з довкіллям та поступовий занепад. «1) утворення культурної системи і виконання адміністративних функцій; 2) інтенсивний вплив на зовнішнє середовище, зміна ландшафту, збільшення притоку населення; 3) створення штучного середовища в місті і його впливу на спосіб життя населення; 4) занепад культурного життя та адміністративних функцій; 5) занепад міст» (Орлов, 2014, с. 47). Процес функціонування міста потребує моніторингу з позицій висвітлення його значення як середовища, в якому реалізуються творчі сили людства.

Упродовж останніх років була сформована методологія культурного мапування. Мапування досить тривалий час сприймалось як створення своєрідної карти, яка пов'язана з фізичним простором та мало стосунок до географії. Натомість у сучасному дискурсі поширюється розуміння культурного мапування. Дослідники наголошують на його методологічному значенні. А. Орлов визначає культурне мапування, як «методологію або технологію для ідентифікації, опису, популяризації та відновлення культурних ресурсів та цінностей певної місцевості» (Орлов, 2014, с. 50). В ряді робіт вітчизняних авторів надається ще більш ґрунтовне визначення даному явищу, що розуміється як «складання мапи творчих ресурсів території для оцінки потенціалу творчого сектору, визначення його можливостей і потреб. Культурне мапування є

аудитом ресурсів і потреб території за допомогою матеріального і суб'єктного поля культури, а також аналіз нематеріального символічного простору» (Очкурова, 2019, с. 6). Воно є більш повним на наше переконання, адже включає також символічний вимір. Тобто культурне мапування є своєрідним зведеним інфоресурсом, що надає можливість увібрати попит та пропозицію, які стосуються різних сфер, пов'язаних з соціумом. Причому варто відзначити, що культурне мапування не може бути сприйняте, як простий перелік можливостей, запропонованих з огляду на суб'єктно-об'єктний ресурс, але й як певний потенційний та перспективний рівень, який може бути досягнутий у певному регіоні чи місцині.

Культурне мапування виступає своєрідним ресурсом, що надає можливість створювати комунікаційну платформу, в якій будуть взаємодіяти не лише індивіди, належні до певної регіональної місцевої групи, а й ті, хто можуть долучитися до взаємодії з ними (туристи, інвестори у проекти тощо). У ряді проектів, проведених за підтримки Українського культурного фонду, зокрема у «Культурне мапування Старобільська» наголошується увага на різних компонентах. Це і опис культурних закладів і ресурсів міста, і аналіз тих подій, що проходили у місті, і результати різних розвідок, які стосуються подальших перспектив опанування міського простору у сфері культурних та креативних індустрій.

Використання принципу культурного мапування дозволяє виявити ті проблемні аспекти, що наявні у суспільстві. Це недостатній рівень розвитку певних інституцій, чи їх повна відсутність у тому місці, де це було б доцільно. Водночас різноманітні інституції можуть докорінно змінювати стратегії розвитку міста та сприяти виникненню позитивної динаміки у культурному вимірі. «Громадські інституції та неформальні об'єднання поступово починають відігравати одну з провідних ролей у культурному розвитку міста. Саме вони стають агентами впливу новітніх культурних тенденцій та провідниками сучасної парсипативної культури...» (Очкурова, 2019, с. 13).

Внаслідок використання методології культурного мапування доречно корегувати роботу закладів дозвілля, змінювати зміст діяльності організацій, сприяти формуванню можливостей не лише для корпоративного, а й індивідуального дозвілля. Досягнення даної мети стає можливим лише завдяки взаємодії усіх суб'єктів, які дотичні до певного міського простору - це й громадськість, й органи влади, що опікуються питаннями культури в місті, й самі мешканці. Таким чином відбувається не лише констатація певних фактів, а й планування. «Культурне планування є новітнім для України, оскільки передбачає залучення не лише фахівців у галузі культури чи розробки стратегій, а й усіх зацікавлених у розвитку культури – як творців так і споживачів, інвесторів та розробників» (Іванова, 2012, с. 18). Важливим чинником постає не лише зворотній зв'язок з окремими громадянами, а й з представниками громади – тобто людьми, об'єднаними спільними інтересами, місцем проживання та задачами тощо. Причому можна виділити як територіальні громади, так і ті, що споріднені завдяки релігійним, культурним чи політичним смакам.

Культурне мапування має здійснюватись у декілька етапів, під час яких відбувається моніторинг ресурсів, а також визначаються базові потреби. Не менш важливим є етап визначення ключових організацій, що впливають на розвиток культури. Наступний крок передбачає встановлення зв'язків між усіма учасниками процесу. У результаті здійснення усіх кроків відбувається переосмислення бачення міста. «Таким чином формується нова ідентичність міста через культуру, яка може містити культурну спадщину, сучасні й традиційні мистецтва, парки, річки, релігійні звичаї, традиції та чимало іншого, що є важливим у тому чи іншому місті» (Іванова,

2012, с. 18).

Задля створення повноцінної картини попиту та пропозиції у сфері культури вкрай необхідним є залучення інформації, яка буде об'єктивно відображувати потреби індивідів. Наразі в умовах поширення цифрової культури набуває розвитку практика впровадження додаткових можливостей задля комунікації. Здебільшого актуалізується потреба здійснення зв'язків у віртуальному просторі. Це реалізується не лише у сферах, які стосуються певних адміністративних послуг, а й комунікації, що відбувається між окремими індивідуумами. Нерідко це здійснюється у соціальних мережах, де наявне формування утворень, які пов'язані з певними регіональними чи навіть районними осередками. Дана тенденція розкривається у створенні груп, де можливий обмін інформацією, надаються певні послуги чи товари. Тому доречним є залучення даних, що стосуються віртуальних об'єднань та груп. Узгодження різних – офіційних та неофіційних джерел дозволить кращому усвідомленню можливих стратегій розвитку культурної політики країни, міста, регіону.

Усі форми інтеграції громадян є вкрай важливими задля здійснення змін міського простору. Результати чисельних розвідок дали можливість переконатися у тому, що лише усвідомлюючи здатність сприяти змінам, громадяни прагнуть до активного втручання у життя міста. Це відбувається і через виявлення нагальних потреб, і завдяки створенню документації, і на етапі оцінювання досягнутих результатів. Формування громад, які пов'язані з територіальним чинником, дозволяє покращити результативність впроваджуваних проєктів. При цьому має бути кореляція ролей безпосередньої влади та мешканців. «Локальна влада стає більше координатором стратегічного процесу, а не його єдиним власником, а мешканці більшою мірою беруть на себе відповідальність за його реалізацію» (Мінкін, Антошук и Демель, уклад. 2017, с. 8). Окрім процесу мапування культури міста, як простору креативних, соціальних та матеріальних можливостей, відбувається також подібна практика і по відношенню виключно до людського ресурсу. Ряд дослідників визначають його як «картування громади» або «мапування громади». Це спроба створити соціальну карту, яка у візуальній формі представляє зібрану інформацію. «Картування громади (Community Mapping) – це процес мапування (mapping) ресурсів та створення образу громади, який би демонстрував її здатність та потенціал. Це все про залучення мешканців до виявлення цінних якостей (індивідуальних, суспільних, інституційних) і творення образу свого міста/ регіону, в якому хотілося б жити» (Мінкін, Антошук и Демель, уклад. 2017, с. 10). Тобто даний процес доволі близький до культурного мапування, але він сконцентрований саме на суб'єктивному факторі. Відповідно трансформація міста відбувається завдяки залученню методології культурного мапування та мапування громади. Ця методологія дозволяє враховувати наявні ресурси, спрямовувати вектор розвитку культурної політики, здійснювати кооперацію між громадами, владою та інституціями, що орієнтовані на зміну міського культурного простору.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Культурне мапування та картування громад виступає дієвою методологією формування стратегічних напрямків розвитку міст. Здійснення моніторингу наявних творчих ресурсів сприяє осмисленню перспектив подальших можливих трансформацій міського простору. Впровадження комунікації між суб'єктами (міською владою, громадою, інвесторами) дозволяє усвідомлювати існуючі проблемні галузі, що стосуються культурно-дозвілєвого рівня. Залучення методології культурного мапування, впроваджене в багатьох містах України, демонструє позитивні зрушення у формуванні культурної політики та виявленні пріоритетних напрямків її розвитку.

### Бібліографічний список

- Іванова, Н., 2012. Посилення впливу громади на культурну політику міста. *Місцеве самоврядування та регіональний розвиток в Україні*, 1, с.17-18.
- Коуп, Б. и Милерюс, Н., 2008. Введение. В: Н. Милерюс, Б. Коуп, ред. *P.S. Ландшафты: оптики городских исследований*. Вильнюс: ЕГУ, с.7-36.
- Мінкін, Я., Антошук, Ю. и Демель, Г., уклад. 2017. *Картування громад в Україні*. Київ: УБА.
- Орлов, А.В., 2014. Практики культурного мапування як шлях гармонізації міського середовища в соціологічному вимірі. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]*. Серія : Соціологія, 234(222), с.46-50.
- Очкурова, О., 2019. Культурне мапування Старобільська (Луганська область). *Issuu*. [онлайн] Доступно: <<https://issuu.com/489629/docs/9ee07aebb8196b>> [Дата звернення 26 березня 2021].
- Реутов, А.С., 2018. *Визуальные исследования современной культуры: феноменологический аспект*. Кандидат наук. Диссертация. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. Нижний Новгород.

### References

- Cope, B. and Milerius, N., 2008. Vvedenie [Introduction]. In: B. Cope and N. Milerius, eds. *P.S. Landscapes: Optics for Urban Studies*. Vilnyus: European Humanities University, pp.7-36. (in Russian).
- Ivanova, N., 2012. Posylennia vplyvu hromady na kulturnu polityku mista [Strengthening the influence of the community on the cultural policy of the city]. *Mistseve samovriaduvannia ta rehionalnyi rozvytok v Ukraini*, 1, pp.17-18. (in Ukrainian).
- Minkin, Ya., Antoshchuk, Yu. and Demel, G., compilers. 2017. *Kartuvannia hromad v Ukraini [Mapping communities in Ukraine]*. Kyiv: UBA. (in Ukrainian).
- Ochkurova, O., 2019. Kulturne mapuvannia Starobilska (Luhanska oblast) [Cultural mapping Starobilsk (Luhansk region)]. *Issuu*. [online] Available at: <<https://issuu.com/489629/docs/9ee07aebb8196b>> [Accessed 26 March 2021]. (in Ukrainian).
- Orlov, A.V., 2014. Praktyky kulturnoho mapuvannia yak shliakh harmonizatsii miskoho seredovishcha v sotsiologichnomu vymiri [Practices cultural mapping as a way of harmonizing the urban environment in sociological measurement]. *Naukovi pratsi [Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu "Kyievo-Mohylianska akademiia"]*. Seriiia : Sotsiologhiia, 234(222), pp.46-50. (in Ukrainian).
- Reutov, A.S., 2018. *Vizualnye issledovaniya sovremennoy kultury: fenomenologicheskii aspekt [Visual studies of modern culture: a phenomenological aspect]*. Ph D. Dissertation. Minin University. Nizhniy Novgorod. (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 02.05.2021.

**A. Tormakhova**

### CULTURAL MAPPING AS A TOOL FOR ANALYZING CITY TRANSFORMATION STRATEGIES

*The article focuses on the ways of achieving communication on issues related to urban space. The role of visual communication in modern culture is emphasized. Communication is the basis of human life. It is the essential for all spheres related to the society. Due to the fact*

*that modern communication is closely related to visuality, the most effective forms of information transfer are visual aids. A visual object is in fact a unit of visual communication. Communication often takes place in connection with the city and around the issues related to urban space. Modern cultures of large cities, which accommodate a large part of the population, are the center of interaction regarding data exchange.*

*The specific features of cultural mapping as a methodology is focused on the creation of a kind of consolidated information resource, which provides an opportunity to outline supply and demand in various areas related to urban space. Cultural mapping is not only a list of opportunities offered in terms of subject-object resource, but also by identifying a potential perspective level that can be achieved in a particular region or place.*

*Cultural mapping should be carried out in several stages, during which resources are monitored and basic needs are identified. Equally important is the stage of identifying key organizations that influence the development of culture. The next step is to establish connections between all the participants in the process. As a result of all the steps, the vision of the city is undergoes reinterpretation.*

*In addition to the process of mapping the culture of the city as a space of creative, social and material opportunities, there is also a similar practice in relation to exclusively human resources. Some researchers define it as “community mapping”. It is an attempt to create a social map that visually presents the collected information. All the forms of integration of citizens are extremely important for the implementation of changes in the urban space. The results of numerous surveys made it possible to state that only by realizing the ability to promote change citizens seek to actively intervene in the life of the city. This is due to the identification of urgent needs, and through the creation of documentation, and at the stage of evaluating the results achieved. The formation of communities that are related to the territorial factor contributes to improving the effectiveness of the implemented projects.*

*The introduction of communication between the participants (city authorities, community, investors) promotes understanding of the existing problem areas. Involvement of the methodology of cultural mapping becomes an effective analytical tool that allows to identify the priority areas for the formation of cultural policy and the formation of strategies for transformation of the city.*

***Key words:** city, cultural mapping, cultural policy, transformation, communication, analytics, methodology.*

УДК 784.079

**К. М. Федосенко**

### **СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ В КОНТЕКСТІ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ ХХІ СТОЛІТТЯ**

*В статті представлено специфіку вітчизняного фестивального руху. Музичний фестиваль є своєрідним комунікаційним осередком, який сприяє інтегруванню, рекреації публіки. Наголошується увага на тому, що фестиваль є невід’ємною частиною музичної індустрії, тому їх проведення створює можливість для просування музичної продукції. Організація музичних фестивалів потребує урахування якості музичного матеріалу, рівня технічного оснащення, залучення знань менеджменту та маркетингу. Наголошено, що серед вітчизняних музичних фестивалів найбільш касовими та популярними є ті, на яких презентується різностильовий матеріал, що*