

M. Ternova

THEORETICAL HERITAGE OF ENGLISH CLASSICISTS: ART HISTORY ASPECT

The article is dedicated to the analysis of the theoretical heritage of English classicists, which has taken a prominent place in the history of one of the important stages of European cultural creation. It has been noted that covering the difficult period between the 16th - early 19th centuries, classicism demonstrated the stability of both aesthetic and artistic principles, based on which various classicist models developed.

It has been proved that among the Italian, French, and German models of classicism, the English one was distinguished by its integrity and scale. Besides, having insignificant contacts with other countries during this period, the English classicist heritage generated as an original and self-valuable phenomenon, that reflected not only in poetry and drama, but also in a number of other types of artistic creativity. This is what makes it possible to emphasize the aesthetic and art history aspect, which gave integrity to the theoretical heritage of the English classicists.

The specifics of the aesthetic and art aspect of “English model of classicism” have been considered, where the aesthetic dimension is represented by new approaches to understanding drama as a structural element of the tragic. Apart from that, classicism has consistently dealt with the comic both as an aesthetic category and as a specific artistic phenomenon. It has been noted that in terms of art history there is a process of establishing “pastoral” in the context of literary work and defending the aesthetic and artistic essence of “Decorated style”.

The article presents the fact of introduction a number of new concepts into theoretical use, such as “normativity”, “canon”, “rationality”, “dynamism”, “integrity”, “splendour”, which carried a double aesthetic and art “load”.

It has been stated that the application of a personalized approach in the article revealed the personal contribution of each of the representatives of the English “classicist movement” to the overall process of “building” the European cultural space.

Key words. *English model of classicism, author and time, aesthetics, art history, tragic (drama), comic, poetry, dramatic art, “Decorated style”, integrity.*

УДК 316.7:304.442”2019/2021”

A. M. Тормахова

ПЕРСПЕКТИВИ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОГО ПРОЄКТУВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

В статті окреслено тенденції трансформації культурно-мистецького життя. Відзначено, що соціокультурна сфера є такою, в якій наявна взаємодія економічних, культурних, соціально-психологічних, творчих і технологічних аспектів. Виявлено зміну стратегій розвитку культурно-мистецького проєктування в українському соціумі в умовах Covid-19. Комунікація між публікою та артистами починає набувати нових форм. На початку пандемії під час встановлення карантинних норм ряд культурно-мистецьких заходів було скасовано. При реалізації частини проєктів було змінено їх формат та проведено їх онлайн. Водночас зростає кількість культурних та

мистецьких ініціатив, які від самого початку свого існування організують, орієнтуючись на дистанційну комунікацію реципієнта з культурним продуктом. Проектування в українській соціокультурній сфері потребує залучення нових підходів, які будуть впливати на підтримку взаємодії публіки та артистів.

Ключові слова: менеджмент культурних проєктів, соціокультурне проектування, онлайн, Covid-19, комунікація, мистецькі практики.

DOI 10.34079/2226-2830-2021-11-22-128-134

Постановка проблеми. Внаслідок пандемії COVID-19 сучасне суспільство опинилось перед рядом викликів. В умовах необхідності збереження людського життя та здоров'я, багато сфер життєдіяльності виявились такими, що відійшли на другий план. Культурно-мистецька сфера має комунікативний характер та передбачає взаємодію організаторів, митців, публіки. Через впровадження карантинних заходів вона якнайбільше зазнала змін. Чимало проєктів або було скасовано, або трансформувались. Актуальним завданням є дослідження специфіки та стратегій розвитку культурно-мистецького життя українського соціуму в умовах Covid-19.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання, що стосуються сфери менеджменту соціокультурного проектування, окреслюються в роботі Ю. Гончарової та Л. Стасюк, М. Переверзева. Проєктний менеджмент як стратегічний інструмент розвитку соціокультурної сфери розглядається у статті Я. Мартинишин та О. Костюченко. Особливості соціокультурної діяльності в контексті сучасного українського простору висвітлено в публікаціях Ю. Карпович, Н. Кречко та К. Радик.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Внаслідок того, що сучасна сфера соціокультурного проектування є такою, що динамічно змінюється, наразі бракує робіт, в яких би узагальнювались шляхи її трансформації.

Мета статті – проаналізувати основні напрямки розвитку культурно-мистецької сфери України в умовах Covid-19 та визначити перспективи проектування соціокультурного простору.

Виклад основного матеріалу. Культурно-мистецька сфера є невід'ємною частиною життя людини. Фестивалі, концертна діяльність, виставки та різноманітні аудіовізуальні проєкти, що проходять в різних інституціях, стають полем для прояву творчої активності митців, джерелом натхнення та формою рекреації для публіки. Її функціонування залежить від багатьох чинників, які наявні у суспільстві. «Провідною формою менеджменту в соціокультурній сфері, стратегічним інструментом її розвитку є проєктна діяльність, цілісна концепція якої ґрунтується на взаємодії економічних, культурних, соціально-психологічних, творчих і технологічних аспектів, а ефективність якої залежить від ефективного управління часом, матеріальними та людськими ресурсами, командою проєкту, впровадження інновацій та ефективного використання інвестицій» (Мартинишин та Костюченко, 2018, с.88).

Велику роль у сфері соціокультурного проектування відіграє економіка, значною є роль маркетингових технологій. Не менш важливе значення має відповідність запитам аудиторії. Задля того, щоб проєкт мав успішність, повинні бути враховані різні чинники та залучені до організації фахівці, які відповідають за його ланки. Важливою умовою є досягнення відповідності запитам, які функціонують у соціумі, досягнення конкурентоспроможності, як надзавдання, що ставить перед собою менеджер. «Конкурентоспроможність у соціокультурній сфері як сукупності галузей, підприємства яких виробляють товари і послуги, необхідні для задоволення соціально-культурних потреб людини, є багатогранною та багаторівневою категорією, яка в

ринкових умовах стає інтегральною характеристикою господарюючого соціокультурного суб'єкта щодо відповідності об'єктивним соціокультурним умовам» (Мартинишин та Костюченко, 2018, с.88).

Потрібно вказати, що задля ефективного менеджменту потрібна кооперація не лише окремих осіб, а й цілісних творчих об'єднань, які можуть досягнути поставленої задачі. Власне сфера менеджменту в сфері культури визначається дослідниками як «комплексна цілеспрямована інтелектуальна і господарча діяльність окремої високо інтелектуальної особистості або організаційної системи, створеної навколо однієї або декількох таких особистостей з метою ефективного використання факторів виробництва (інтелектуальної та іншої праці, капіталу, землі і фінансів)...» (Переверзев и Косцов, 2007, с.7).

Упродовж останніх років у вітчизняному культурному просторі виникло підґрунтя для впровадження результативного втілення проектного принципу у соціокультурній сфері. Подібна можливість стала реальною завдяки діяльності Українського культурного фонду. Дана державна установа, яка була утворена в 2017 році, займається підтримкою національної культури та мистецтва, формуванням умов для доступу громадян до національного культурного надбання, а також підтримкою «культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір» (Український культурний фонд, 2021). Його діяльність сприяла успішній організації багатьох проектів, які були започатковані в українському культурному просторі. Зокрема це стосується реалізації проектів у сфері театрального мистецтва, хореографії, збереженні та відновленні історичних пам'яток та будівель. Запроваджено науково-освітні рубрики, проекти, що спрямовані на інклюзію, інновації у сфері культури, розробку проектів у регіонах України. Важливим є дотримання кореляції між метою проекту та тими цілями, що висуваються організацією. «Будь-який фонд при оголошенні конкурсу має свої чітко встановлені пріоритети до реалізації, які в ході процесу можуть довільно змінюватись. Подібним чином здійснюється коригування часу на прийняття рішення щодо кінцевого реципієнта коштів» (Гончарова та Стасюк, 2020, с.4).

Розвиток культурної індустрії відбувається залежно від багатьох чинників. Внаслідок пандемії Covid-19 відбувся різкий занепад соціокультурної сфери. Впровадження карантинних заходів активізувало потребу модифікації звичних форм організації культурних проектів. Зокрема це стосувалось тих, що проходили у офлайн-режимі. Таких проектів зазвичай було набагато більше, ніж у онлайн-форматі. Ряд заходів було скасовано, або відтерміновано час їх проведення. «Унаслідок поширення карантинних заходів була докорінним чином змінена концертна діяльність більшості закладів культури. Обмеження, пов'язані з кількістю учасників культурно-мистецьких заходів як глядачів, так і музикантів, вплинули на можливість організувати ті форми виконавства, що мали традиційний характер» (Кречко, 2021, с.153).

Проте функціонування культурної сфери потребує існування певних форм, які б дозволили не втрачати зв'язок з глядацькою аудиторією. Серед них можна згадати чисельні проекти, ініційовані в 2020 році колективами багатьох культурно-мистецьких інституцій. Причому їх організація та проведення не потребувало значних витрат. Серед них можна згадати розміщення різноманітного контенту в мережі інтернет – на персональних сайтах колективів, на сторінках у соціальних мережах (Facebook, Instagram) тощо. «Колективом Національної опери України імені Тараса Шевченка було організовано проект #театрвдома, спрямований на підтримку інтересу публіки до роботи виконавців, насамперед солістів (співаків і танцюристів)» (Кречко, 2021, с.152). Артисти робили своєрідні фоторепортажі, які містили уривки репетиційного процесу,

що проходив як у театральній установі, так і у домашніх умовах. Так само й концертна діяльність частково перейшла у онлайн-формат. У 2020 році переважна більшість артистів почала проводити виступи, що транслювались через різні канали (Facebook, YouTube, Instagram). Подібні «концерти» вперше почали проходити ще в 1993 році (виступ рок-гурту «Severe Tire Damage»), а в 1996 році було здійснено трансляцію фестивалю «Tibetan Freedom Concert». Проте такі заходи були поодинокими, в той час як пандемія сприяла тому, що вони стали загальною практикою. Станом на жовтень 2021 року більшість фестивалів змогли адаптуватись до нових умов та почали впроваджувати заходи у офлайн-форматі, проте з дотриманням карантинних умов. Задля цього було посилено контроль за кількістю відвідувачів. Дана практика була реалізована при організації фестивалю Atlas Weekend в липні 2021 року. Також було збільшено кількість концертних заходів, які почали проводити open air. Така ініціатива знайшла втілення у ряді українських міст (Києві, Львові тощо), де було створено спеціальні майданчики для виступів або використано вже наявні локації.

Подібний ракурс проведення культурних заходів – у онлайн-форматі було підтримано в різних регіонах України. Зокрема доволі вдалимими та результативними були проекти, які дозволили вшанувати певні визначні дати в житті українського суспільства, причому використавши доцільну для цього форму. Директором Центру культури та дозвілля Висоцької об'єднаної територіальної громади Дубровицького району Рівненської області Ю. Карповичем було впроваджено гарну ініціативу щодо відзначення Дня писемності і культури. «Так, наприклад, директором Центру культури та дозвілля Ю. Карповичем запропоновано та проведено на власній сторінці у Фейсбук онлайн-конкурс «Великодній ребус розгадай, подарунок забирай»; розгадування ребусів-прислів'їв про українську мову і слово, приурочених до Дня писемності і культури; Дня Конституції – «Ребус розгадай – подарунок забирай»» (Карпович, 2020, с.103). В даному проекті було добре співвіднесено зміст та форму реалізації, що в карантинних умовах стало гарною альтернативою офлайн-заходам.

Різні культурні проекти в українському просторі почали набувати нових форм. Певні ініціативи не модифікувались внаслідок карантинних умов, а відразу проектувались з оглядом на життєві реалії. Доволі цікавий ракурс впровадження соціокультурної діяльності було обрано такою інституцією, як «39.9 GALLERY». Метою роботи платформи «39.9 GALLERY» є налагодження діалогу між авторами сучасного мистецтва і його поціновувачами. Завдання полягає у приверненні уваги до сучасних митців та спрощення процесу купівлі-продажу їх творчої продукції. Наявна веб-платформа, на якій представлено мистецькі роботи українських художників. Проте немає фізичного простору, де були б виставлені полотна. Будь-хто може запропонувати свої витвори для продажу, так само немає обмежень у тому, хто може їх придбати. Зручний мануал сайту дозволяє надіслати запит до організаторів проекту. Водночас, існують можливості для формування постійної групи колекціонерів («39 collectors»). Щоб стати одним з 39 колекціонерів галереї, потрібно витратити 39999 гривень упродовж року на мистецькі твори з неї, після чого вони отримують ряд бонусів: «розсилка спеціальних добірок робіт до того як вони з'являться на сайті, наш мерч і подарунки від спонсорів, лекції про сучасне мистецтво, зустрічі з художниками і кураторами, камерні екскурсії в музеї та галереї, закриті вечірки» (Art Community, 2020).

Одними з прогресивних проектів «39.9 GALLERY» стали «Click For Art» - виставка з кодами, що проходила у 2020 році у приміщенні Маріупольської арт-платформи «ТЮ!» та арт-квест «Art is accessible» на вулицях Маріуполя, кураторкою яких виступила Катерина Радик. Сутність проектів полягала у розміщенні табличок з

QR-кодами, які відсилали до мистецького контенту, розміщеному на сайті. Як зазначала кураторка, подібний проєкт дозволяв здійснити огляд експозиції за допомогою «cheat code», коли просканувавши постер, реципієнт поринав у світ мистецтва. Подібні заходи дозволяють мінімізувати безпосередню комунікацію представників культурно-мистецької сфери із аудиторією, проте не втрапити її повністю. До того ж економічна доцільність зменшення витрат, пов'язаних з перевезенням робіт, є також безперечною, зважаючи на фінансові проблеми сфери культури. Доцільним є твердження К. Радик щодо специфіки взаємодії публіки з мистецтвом в умовах карантину, яке хоча й змінює формат, проте не впливає на здобуття естетичних переживань. «У часи нестабільності, коли нас позбавили звичних радостей офлайн-спілкування, а відвідування музеїв, кінотеатрів і галерей строго обмежене, важливо хоча б крізь монітор зустрічатися з тим, що приносить естетичне задоволення. Практика карантину довела важливу істину: мистецтво існує поза ізоляцією, яка б дистанція не відокремлювала його від нас» (Радик, 2021, с.81).

Отже, наразі в українському культурно-мистецькому просторі відбувається процес становлення нових форм комунікації з реципієнтом. При формуванні проєктів організатори прагнуть віднайти шляхи для підтримки взаємодії з публікою. Цей процес включає переведення проєктів у онлайн, винайдення можливостей для контролю кількості відвідувачів концертно-фестивальних заходів у офлайні. Велика увага має надаватися уникненню психологічного дискомфорту та ізоляваності членів соціуму. Саме тому планування в соціокультурній сфері має враховувати ті ризики, що унаочнилися від початку пандемії Covid-19.

Треба відзначити доцільність перейняття досвіду європейських країн. Творча кооперація між представниками різних інституцій у європейському просторі розпочалась задовго до пандемії Covid-19. Водночас після її початку, співпраця активізувалась у напрямку пошуку спільних шляхів виходу з ситуації, в якій опинились культурні та мистецькі установи. Серед проєктів, що було впроваджено практиками та теоретиками мистецтва, стали об'єднання, на кшталт Advisory Board for the Arts (ABA), започаткованого ще в 1980-х роках як одна компанія, що згодом збільшилась до п'ятисот. Метою даної спільноти стало інтегрування представників різних мистецьких кіл, причому як артистів, так і директорів закладів, менеджерів вищої керівної ланки, спонсорів. До складу увійшли різні мистецькі колективи, установи США, Західної Європи та Азії. Метою діяльності Advisory Board for the Arts є консультативна допомога для мистецьких організацій та установ, спрямована на зростання їх успішності та інноваційності (Advisory Board for the Arts, 2021). Важливим компонентом діяльності АВА є всебічний моніторинг проблем, що виникають у соціокультурній сфері. Проведені ними дослідження, що втілюються у наочній та зрозумілій формі (діаграм, графіків, таблиць) стають важливим підґрунтям, використовуючи яке, представники мистецьких кіл можуть оминати невдачі та просуватись у вказаному фахівцями напрямку. Подібна колаборація є результативною, адже дозволяє не проводити кожній організації власні розвідки, а користуватися підтвердженими даними, які представляють картину з різних боків. Зокрема, в останніх розробках АВА приділено увагу питанню створення інклюзивного середовища для відвідувачів та персоналу та можливостей щодо зниження витрат, внаслідок пандемії.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сфера соціокультурного проєктування є такою, що має мобільний характер. В ній взаємодіють різні чинники – економічні, культурні, соціальні, мистецькі, релігійні, політичні тощо. Трансформація одних компонентів сучасного культурного простору обумовлює зміну й інших. Внаслідок пандемії Covid-19 виникла необхідність модифікувати соціокультурну

сферу. Комунікація між публікою та артистами починає набувати нових форм. На початку пандемії під час встановлення карантинних норм ряд культурно-мистецьких заходів було скасовано. При реалізації частини проєктів було змінено їх формат та проведено їх онлайн. Водночас зростає кількість культурних та мистецьких ініціатив, які від самого початку свого існування організують, орієнтуючись на дистанційну комунікацію реципієнта з культурним продуктом. Проєктування в українській соціокультурній сфері потребує залучення нових підходів, які будуть впливати на підтримку взаємодії публіки та артистів, а також на кооперацію різних інституцій.

Бібліографічний список

- Гончарова, Ю.В. та Стасюк, Л.П., уклад. 2020. *Культурний менеджмент в громаді: інструкція по написанню грантових проєктів*. Рівне.
- Карпович, Ю.В., 2020. Соціокультурні аспекти діяльності Висоцької ОТГ Дубровицького району Рівненської області. *Актуальні питання культурології*, 20, с.100-106.
- Кречко, Н., 2021. Онлайн-виступи хорових колективів: роль та значення у освітньому процесі. *Інноваційна педагогіка*, 33(2), с.150-153. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2021/33-2.29>
- Мартинишин, Я.М. та Костюченко, О.В., 2018. Проєктний менеджмент як стратегічний інструмент розвитку соціокультурної сфери. *Вісник Національної академії керівник кадрів культури і мистецтв*, 4, с.84-89. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2018.152988>
- Переверзев, М.П. и Косцов, Т.В., 2007. *Менеджмент в сфере культуры и искусства*. Москва: Инфра-М.
- Радик, К.Р., 2021. Мистецтво поза ізоляцією. *Українські культурологічні студії*, 1(8), с.80-81. DOI: [https://doi.org/10.17721/UCS.2021.1\(8\).18](https://doi.org/10.17721/UCS.2021.1(8).18)
- Український культурний фонд, 2021. Про нас. *Український культурний фонд*. [онлайн] Доступно: <<https://ucf.in.ua/p/about>> [Дата звернення 15 жовтня 2021].
- Advisory Board for the Arts, 2021. Our History & Mission. *Advisory Board for the Arts*. [online] Available at: <<https://www.advisoryboardarts.com/history>> [Accessed 20 October 2021.]
- Art Community, 2020. 39.9 GALLERY. [online] Available at: <<https://39-9.gallery/art-komyuniti/#stat-hud>> [Accessed 18 October 2021.]

References

- Advisory Board for the Arts, 2021. Our History & Mission. *Advisory Board for the Arts*. [online] Available at: <<https://www.advisoryboardarts.com/history>> [Accessed 20 October 2021.]
- Art Community, 2020. 39.9 GALLERY. [online] Available at: <<https://39-9.gallery/art-komyuniti/#stat-hud>> [Accessed 18 October 2021.]
- Honcharova, Yu.V. and Stasiuk, L.P., compilers, 2020. *Kulturnyi menedzhment v hromady: instruktziia po napysanniu hrantovykh proiektiv* [Cultural Management in Communities: Instructions for Writing Grant Projects]. Rivne. (in Ukrainian).
- Karpovych, Yu.V., 2020. Sotsiokulturni aspekty diialnosti Vysotskoi OTH Dubrovytsoho raionu Rivnenskoï oblasti [Socio-cultural aspects of Vysotsky OTG activity Dubrovtsky district of rivne region]. *Aktual'ni pitannâ kul'turologii*, 20, pp.100-106 (in Ukrainian).
- Krechko, N., 2021. Onlain-vystupy khorovykh kolektyviv: rol ta znachennia u osvithnomu protsesi [Online performances of choirs: role and significance in the educational

- process]. *Innovative Pedagogy*, 33(2), pp.150-153. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2021/33-2.29> (in Ukrainian).
- Martynyshyn, Ya.M. and Kostiuchenko, O.V., 2018. Proektnyi menedzhment yak stratehichnyi instrument rozvytku sotsiokulturnoi sfery [Project management as strategic instrument for socio-cultural sphere development]. *National Academy of Culture and Arts Management Herald*, 4. pp.84-89. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2018.152988> (in Ukrainian).
- Pereverzev, M.P. and Kostsov, T.V., 2007. *Menedzhment v sfere kultury i iskusstva* [Management in the field of culture and art]. Moskva: Infra-M. (in Russian).
- Radyk, K.R., 2021. Mystetstvo poza izoliatsiieiu [Art outside isolation]. *Ukrainian cultural studies*, 1(8), pp.80-81. DOI: [https://doi.org/10.17721/UCS.2021.1\(8\).18](https://doi.org/10.17721/UCS.2021.1(8).18) (in Ukrainian).
- Ukrainian Cultural Foundation, 2021. Pro nas [About us]. *Ukrainskyi kulturnyi fond*. [online] Available at: <https://ucf.in.ua/p/about> [Accessed 15 October 2021.] (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 27.10.2021.

A. Tormakhova

PROSPECTS OF CULTURAL AND ARTISTIC DESIGN IN THE CONDITION OF THE COVID-19 PANDEMIC

As a result of the COVID-19 pandemic, modern society has faced a number of challenges. The cultural and artistic sphere has a communicative character and involves the interaction of organizers, artists and the public. Due to the introduction of quarantine measures, it has undergone as much change as possible. Many projects have either been canceled or transformed. The economy plays an important role in the field of socio-cultural design; the role of marketing technologies is significant. Equally important is compliance with the requests of the audience. In order for a project to be successful, various factors must be taken into account and the specialists responsible for its links must be involved in the organization. An important condition is to achieve compliance with the demands that function in society, to achieve competitiveness as a super-task set by the manager.

In the Ukrainian cultural and artistic space there is a process of formation of new forms of communication with the recipient. When forming projects, the organizers seek to find ways to support interaction with the public. This process includes transferring projects online, inventing opportunities to control the number of visitors to concert and festival events offline. Great attention should be paid to avoiding psychological discomfort and isolation of members of society. That is why socio-cultural planning must take into account the risks that have emerged since the beginning of the Covid-19 pandemic.

It should be noted the expediency of adopting the experience of European countries. Creative cooperation between representatives of various institutions in Europe began long before the Covid-19 pandemic. At the same time, after its beginning, cooperation intensified in the direction of finding common ways out of the situation in which cultural and artistic institutions found themselves. Among the projects implemented by art practitioners and theorists were associations such as the Advisory Board for the Arts (ABA). The achievements of ABA can be used for the development of the domestic cultural and artistic sphere. Such collaboration of institutions is promising and useful.

Key words: cultural project management, socio-cultural design, online, Covid-19, communication, art practices.