

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ,
ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО УКРАЇНИ З ПИТАНЬ МИСТЕЦТВ ТА МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ,
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ,
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
СХІДНИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ НАУКОВО-МИСТЕЦЬКИЙ ЦЕНТР НАМ УКРАЇНИ,
ЄВРОПЕЙСЬКА ЛІГА ІНСТИТУТІВ МИСТЕЦТВ (ELIA)



КАФЕДРА АУДІОВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

**«АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ І МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
4-5 КВІТНЯ 2024



Харків
2024

УДК 7.01:001:378.096-028.26(477.54)

Аудіовізуальне мистецтво: тенденції та перспективи розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції ХДАДМ, 4-5 квітня 2024 року / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків: ХДАДМ, 2024. 63с.

У збірнику представлені матеріали доповідей учасників Всеукраїнської наукової конференції «Аудіовізуальне мистецтво: тенденції та перспективи розвитку», яка пройшла 4-5 квітня 2024 року на кафедрі аудіовізуального мистецтв Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Наукова конференція присвячена актуальним питанням сучасного аудіовізуального мистецтва, а також практичним проблемам у цій галузі. Збірник розрахований на здобувачів ступенів вищої освіти, здобувачів ступенів доктора філософії, докторів філософії (кандидат мистецтвознавства) та докторів наук (габілітованого доктора), науковців, викладачів закладів вищої освіти у галузі мистецтва.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Олександр СОБОЛЄВ – професор, член-кореспондент НАМ України, кандидат мистецтвознавства (доктор філософії), ректор, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Владислав КУТАТЕЛАДЗЕ – доцент, кандидат мистецтвознавства, проректор з науково-дослідної роботи ХДАДМ

Лейла БЕРХУМА – доцент, кандидат культурології, Університет Тунісу. Доцент Вищого інституту мультимедіа та коледжі Менуба (Туніс).

Юрій МЕЧИТОВ – спеціаліст Міністерства культури Грузії, викладач Тбіліської державної академії мистецтв ім. Аполлона Кутателадзе (Грузія).

Анна КУРІННА – завідувачка кафедри Аудіовізуального мистецтва Харківської державної академії дизайну і мистецтв, доцент, кандидат мистецтвознавства.

Зоя АЛФЬОРОВА – завідувачка кафедри методологій крос-культурних практик, доктор мистецтвознавства, професор.

Катерина ШАУЛІС – доцент кафедри Аудіовізуального мистецтва Харківської державної академії дизайну і мистецтв, доцент, кандидат мистецтвознавства.

Ірина ТЕСЛЕНКО – кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри Аудіовізуального мистецтва.

Анна БАТЮК – кандидат наук з державного управління, старший викладач кафедри методологій крос-культурних практик Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

Дмитро ЛИТВИНЮК – аспірант Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

Текст публікується в авторській редакції. Автори (для студентів і аспірантів – наукові керівники) несуть відповідальність за зміст і якість наукового матеріалу.

ЗМІСТ

АКЕРМАН Олександр, БЕДРІНА Надія. <i>Можливості фотограмметрії для оцифрування пам'яток культури на прикладі скульптур Катіба Мамедова.....</i>	4
АЛФЬОРОВА Зоя. <i>Стратегії реалізації продюсерської системи в Україні.....</i>	6
АЛФЬОРОВ Андрій. <i>Парадокси сучасної реклами та відеоарту.....</i>	8
АЛФЬОРОВ Микита. <i>Візуальність як різновид емоційного стану.....</i>	9
АНТОНОВ Данііл. <i>Особливості побудови ефективних слоганів в сучасній відеореklamі.....</i>	10
БАТЮК Анна. <i>Синергія комунікацій та аудіовізуального мистецтва: креативний сектор як майданчик взаємодії та впливу в сучасному світі.....</i>	13
БІЛЬДЕР Наталя. <i>Споживачі і продукт у галузі креативних індустрій: спочатку – для кого, потім – як.....</i>	15
БУГАЙОВА Вікторія. <i>Світові перформативні практики на підтримку України.....</i>	18
КЛЕПІНІНА Надія. <i>Тренди та інновації в анімації. Вплив сучасних подій на розвиток CGI.....</i>	19
КОНОВАЛЕНКО Софія. <i>Митець та нейромережі: перспектива розвитку сценарної майстерності в АВМ.....</i>	22
КУЛИКОВА Олександра. <i>Проблеми зростання в продюсуванні та виклики, які ще нас очікують...24</i>	24
КУРІННА Ганна. <i>Образ України в рекламному ролику: сучасні світові тенденції сторібрєндінгу (на матеріалі міжнародних тематичних фестивалів.....</i>	25
ЛЕБІДЬ Карина. <i>Досліджуючи межу: нові техніки в аудіовізуальному мистецтві.....</i>	26
ЛИТВИНЮК Дмитро. <i>Вплив форматної орієнтації аудіовізуального контенту на когнітивні процеси сприйняття.....</i>	29
ЛИТВИНЮК Людмила. <i>Вплив нейромереж на фото-мистецтво.....</i>	31
НЕСНУПОРЕНКО Anna. <i>Digitalization of visual art: current trends.....</i>	32
НАЗАРУК Діана. <i>Вплив змін до закону України «Про рекламу» на продакт-плейсмент в національному кінематографі.....</i>	33
ПЕТРІНІЧ Наталія. <i>Мак карти, як один з інструментів інтроспекції в постановці цілей.....</i>	35
ПЛУТАЛОВ Сергій. <i>Методичні засади оцінки внеску регіонів у розвиток креативної економіки України.....</i>	37
ПОПОВ Ігор. <i>Особливості викладання в форматі онлайн основ звукорежисури та аудіодизайну в умовах військового часу.....</i>	38
ПРИСЯЖНЕНКО Олександр. <i>Особливості художнього відеомонтажу у відео-арті.....</i>	39
РЯБУХІНА Дарія. <i>Сучасне українське короткометражне кіно: виклики сьогодення.....</i>	42
РЯБІНІНА Катерина. <i>Арт-резиденція як перспектива безперешкодного творіння.....</i>	43
СІКАЛОВ Ігор. <i>Тенденції світових фестивалів відеопроєкційного мистецтва.....</i>	45
СОЛТИС Сабіна. <i>Огляд сучасних тенденцій проведення заходів у VR-простір.....</i>	48
ТІМЧЕНКО Євгенія. <i>На зламі: нелінійна структура в сучасному аудіовізуальному творі.....</i>	51
ТОКАРЕНКО Богдан. <i>Арт-кураторство: проблеми мовно-понятійного апарату галузі.....</i>	51
ХОМУТЕЦЬКА Олена. <i>Грим у сучасному аудіовізуальному середовищі.....</i>	53
ЧИРВА Марія. <i>Аналіз креативної економіки України в контексті реклами та відеоарту.....</i>	55
ЧУХРІЙ Юлія. <i>Відеомеми як інструмент комунікації та просування кінопродукції.....</i>	57
ШАУЛІС Катерина. <i>Нейромережі та штучний інтелект в фотомистецтві.....</i>	59
ЯРОШЕНКО Катерина. <i>Роль жінок-мисткинь в сценарній майстерності.....</i>	60
ЯХОНТОВ Олег. <i>Експерименти з віртуальними технологіями у сценічному мистецтві.....</i>	61

МОЖЛИВОСТІ ФОТОГРАММЕТРІЇ ДЛЯ ОЦИФРУВАННЯ ПАМ'ЯТОК КУЛЬТУРИ НА ПРИКЛАДІ СКУЛЬПТУР КАТІБА МАМЕДОВА

Важливість збереження культурної спадщини України під час повномасштабного вторгнення не викликає сумнівів, особливо, коли йдеться про місто-герой Харків. Оскільки на сьогодні багато об'єктів культури, включаючи скульптури в Україні, постраждали від руйнувань, пошкоджень або законсервовані, стає надзвичайно важливим вирішення проблеми їх захисту. Художня матеріальна культура Харківщини є невід'ємною складовою української історії та культури, яка, на жаль, зазнала серйозних пошкоджень через відкритий військовий напад. Отже, існує потреба у розгляді інноваційних методів для збереження культурної пам'яті України.

Практична значущість даної розвідки полягає у початку проєкту з оцифрування пам'яток культури у м. Харкові, а саме скульптур Катіба Мамедова у парку імені Тараса Шевченка у місті Харкові.

Фотограмметрія – це процес створення тривимірних моделей за допомогою набору фотографій. 3D-фотограмметрія – процес відтворення фізичного об'єкта для виготовлення точної 3D-моделі. 3D-фотограмметрія – процес відтворення фізичних об'єктів для створення точних тривимірних моделей. Цей метод можна використовувати для різних зйомок – від людей та історичних артефактів до літаків, будівель та навіть об'єктів великого розміру. У залежності від завдання фотограмметрія ділиться на напрямки, деякі з них:

- геодезична фотограмметрія;
- ігрова фотограмметрія;
- архітектурна фотограмметрія.
- Технологічно фотограмметричний процес можна розбити на такі етапи:
- Безпосередньо процес зйомки.
- Обробка матеріалу, що був відзнятий.
- Створення «хмари точок».
- Полігонізація хмари.
- Ретопологія одержаної 3D-моделі.
- Текстурування та «запікання» отриманої моделі.

Після завершення процесу постобробки зображення завантажуються до спеціалізованої програми для безпосереднього створення 3D-моделі. Є кілька

програмних продуктів для виконання цього завдання. Існують як платні, так і безкоштовні інструменти. Наприклад:

- RealityCapture
- Agisoft Metashape
- COLMAP
- Meshroom
- MicMac

У відповідь на виклики сучасності кафедра Аудіовізуального мистецтва Харківської державної академії дизайну і мистецтв вирішила створити фотограмметричний проєкт з робочою групою у складі: Олександр Акерман (фотоапарат, технічний супровід), Надія Бедріна (операторка БПЛА), Катіб Мамедов (скульптор). Кафедра має необхідне обладнання і відповідних спеціалістів.

Для початка проєкту був обраний Сад імені Тараса Шевченка, що є історичною і культурною пам'яткою м. Харкова. Після реконструкції у 2016-2019 рр. у сада були встановлені скульптури видатних харків'ян і харків'янок, митців і мисткинь, життя і творчість яких були пов'язані з містом. Скульптором деяких із них є Катіб Мамедов.

Так, ми провели польове дослідження і з'ясували що для первинної обробки даних у Харкові найбільше підходять наступні скульптури проф. Мамедова: Марк Бернес (рис.1), Клавдія Шульженко і Ісаак Дунаєвський (рис.2.), Леонід Биков (рис.3). Всі фото зроблені Олександром Акерманом у березні 2023 року.



Рис 1



Рис 2

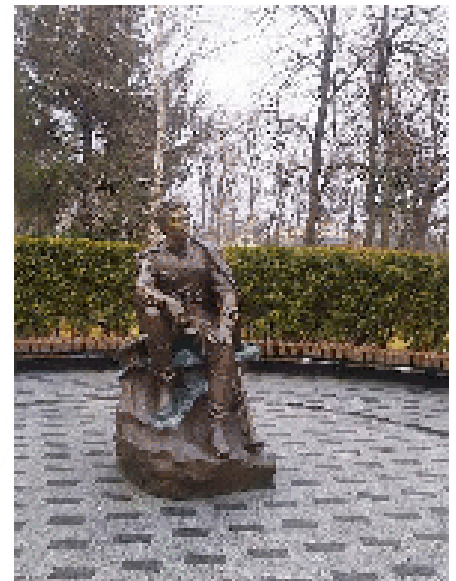


Рис 3

Дослідження на місцевості вищезазначених скульптур дало можливість визначити, що вони добре розташовані для кругової зйомки як цифровою фотокамерою, так і дроном – немає природніх і штучних перешкод. А отже, технічні можливості збігаються із культурними потребами – збереження мистецької спадщини Харківщини, що ілюструє творчість видатних харків'ян.

Таким чином, ми дійшли висновку що наразі метод фотограмметрії в Україні частіше використовується у геодезії, але має великий потенціал щодо оцифрування і збереження 3D-моделей пам'яток культури. Ми виділили шість етапів роботи над фотограмметричним зображенням. Шляхом польового дослідження виявлено скульптури Катіба Мамедова для початку роботи над проєктом у місті Харкові.

АЛФЬОРОВА З. І.

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

СТРАТЕГІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

На сьогодні ми переживаємо ситуацію невизначеності, яка торкнулась усіх сфер буття людей не тільки в Україні, але і в світі. Доволі молода продюсерська система України опинилась у скрутному становищі, бо від отримання незалежності нашою країною пройшло дуже мало часу, щоб встигнути зміцнити.

COVID-19, російсько-українська війна не сприяли розвитку системи, яка, відповідно до підвищеної турбулентності, у ці роки розвивалась відповідно стратегії виживання. Стратегія виживання — це набір дій і рішень, розроблених для існування системи в екстремальних умовах. Стратегія виживання зазвичай включає наступні основні компоненти: тактичні плани та навички, необхідні для реагування на надзвичайні ситуації; збереження мінімальної ресурсної основи функціонування системи; налагодження ситуативних зв'язків закордонної ресурсної підтримки; здатність до гнучкого реагування на зміну умов існування, мінімальна ресурсна підтримка професійно-освітнього сегменту системи, тощо. Так, ті продакшени, які до зазначених подій вже були залучені до фінансування іноземними фондами (фондами від країн ЄС) через спів-продюсерів з інших країн, змогли завершити виробництво своїх фільмів. Можна згадати ініціативу Національного бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні (2020) в партнерстві з Ukrainian Film School та Держкіно України, які організували серію вебінарів «Європейські можливості для українського кіно». Головна мета цієї ініціативи – ознайомити представників кіноіндустрії з різними можливостями для аудіовізуальних проєктів та підтримати вихід українського кіно на європейський рівень [1]. Також можна

згадати цілу низку організаційно-практичних заходів, серед яких були майстер-класи, організовані за підтримки Українського культурного фонду для українських продюсерів – «Продюсувати док», в яких відомі продюсери Д. Бассель та А. Горлова ділились корисними спостереженнями і знаннями. Стратегія виживання – це пошук будь-якої мінімальної можливості розпочати знімальний процес, це дії, спрямовані на створення мінімальних умов безпеки для знімальної групи, це використання можливості бути репрезентованим хоч на маленькому, але міжнародному, фестивальному майданчику.

Друга стратегія, яку частково українська продюсерська система почала формувати після кількох років російсько-української війни – стратегія адаптації. Стратегія адаптації — це набір дій і рішень, розроблених для адаптації до умов або середовища, що змінюються. Основні компоненти стратегії адаптації включають: тверезу оцінку поточного стану системи та ситуації, в якій вона існує (зовнішньої та внутрішньої); розробку середньочасного адаптивного плану цих умов; систематичну роботу над реалізацією цього плану, спираючись на певні «key stones» або визначення факторів, які можуть сприяти стабілізації системи. Під час реалізації такої стратегії приходить розуміння того, що екстремальні умови буття системи – це надовго, треба робити усе можливе, щоб працювати більш-менш стабільно в таких умовах. До приклада, творча молодь багатостраждального Запоріжжя у 2024 році розробила середньострокову перспективу свого аудіовізуального існування. Вона навчається створювати сценарії документальних та художніх стрічок в освітньому центрі «Змістовно». За допомогою тренінгів, які ініційовані ГО «Доречно», молодь навчають контентмейкінгу, структурі та принципам написання сценаріїв. Курс «Стрічка» зі створення відеоконтенту триває дев'ять днів. «Будемо розглядати як сценарії з професійного кінематографу, так і сценарії, які можна використовувати для зйомки блогів, тіктоків, релізів, і те що зараз популярне: створення коротких документалок або просто короткометражних художніх фільмів, які молодь могла сама створити, опанувати. Теми будуть обиратися довільно, за побажанням кожного», – розповів засновник освітнього проєкту «Академія 44» Василь Волков [2]. Планова робота таких центрів, а також профільних ЗВО, свідчить про те, що українська продюсерська система переходить в зазначену стадію адаптації. Продюсери вже розуміють, що треба спиратись не тільки на ко-продукцію та міжнародну ресурсну підтримку, але й розшукувати гроші саме в Україні, мінімізуючи витрати на знімальний процес. Така середньострокова перспектива вимагає витривалості, тверезого розрахунку та терпіння в реалізації.

Третій тип стратегії – це стратегія розвитку продюсерської системи в Україні. Здається, що реалізація такої стратегії зараз геть неможлива, вона не на часі. Стратегія розвитку являє собою довгострокові плани дій, спрямовані на досягнення цілей та забезпечення зростання, стійкості та успіху в системі.

Компоненти стратегії розвитку можуть розглядатися в залежності від конкретного контексту, але зазвичай вони включають такі елементи: довгострокової місії системи та бачення її довгострокового розвитку; бачення механізмів її масштабування з національної в транснаціональну; виявлення додаткових ресурсних потенціалів при транснаціональній капіталізації системи, тощо. Зрозуміло, що така стратегія вимагає «проривних» зусиль як з боку держави, так і з боку міжнародної партнерської спільноти. І хоч ця стратегія є зараз певною мрією для України, робота над її реалізацією вже розпочалась.

Використані джерела:

«Креативна Європа» проводить серію вебінарів. Режим доступу: <http://www.ukrkino.com.ua/kinotext/news/?id=13109>

Володимиров Р. Молодь готується писати сценарії та знімати фільми. Режим доступу: <http://www.golos.com.ua/news/199208>

АЛФЬОРОВ А. М.

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв,

ПАРАДОКСИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ ТА ВІДЕОАРТУ

На сьогодні вже «прохідним місцем» стало ствердження про те, що саме реклама (включаючи і АВМ рекламу) є стрижнем «економіки вражень», тобто найдинамічнішого сектору креативних індустрій. Основою таких вражень було виробництво реклами ігровими засобами виразності, коли створювалась «ігрова дійсність», яка менш за все нагадувала емпіричну.

Втім, метамодерна соціокультурна ситуація, яка створила «чутливу культуру», виявила парадокс: люди (як автори, так і споживачі) потребують відновлення референтних зв'язків з дійсністю. Людям потрібно не втрачати уявлення не тільки про справжні якості продукту, що рекламується, але й бачити, як цей продукт «вбудовується» в емпіричну дійсність. Виявилось, що саме пряма зйомка емпіричної дійсності дійсності є єдиною точною її копією. Все інше — лише її інтерпретації. Повнокольорове полутонове зображення фотографічної якості (full HD, 2K, 4K, 8K), зняте відеокамерою — є єдине повноцінне хронікально-документальне підтвердження її існування. На передовому кордоні науки (астрономії, фізики) точність вимірювання при фото-відеозйомці та корекція вимірювання експозиції [1] і кольорової температури світла (випромінення) має надважлива значення, бо впливає на визначення кінцевого результату досліджень

Чи збергіється при цьому авторський підхід до такої аудіовізуальної реклами?

Парадоксально, але так. Кожен може зі знятого матеріалу змонтувати свій варіант рекламного фільму. Авторський сторітелінг, який базується на такій точній копії і є джерелом «новітньої авторської чуттєвості». Якщо то не відео (і не діпфейк, бо тут потрібні спеціалісти, які відрізнять таку рейкову копію), то рекламник не може відновити референтні зв'язки з емпіричною дійсністю. Відео реальної дійсності у її неспотворених формах (розмальовка, розтягування і т. і.п. (колажування) у різних редакторах) стає тим «містком», який поєднує споживача з такою емпірією. Тому і набирає з 2016 року обертів популярності платформа TikTok (а за нею і reels роблять інші гіганти мережевих структур FB, Telegram і інші), бо там 90 відсотків викладають прості люди свої буденні відео про оточуючий реальний світ. Бо то і є документ, якому вірять. Неперевершена і неспотворена правда буденності перемагає майже завжди, а ті хронікально-документальні короткі (15-20 сек.) відео — то нова писемність сьогодення. Про взаємодію з AI тут промовчимо щоб виділити основне — реабілітацію реальної дійсності і її єдине несфальсифіковане представлення у вигляді прямої зйомки життєвих подій у реальному світі.

Використані джерела:

Режим доступу: https://tsn.ua/nauka_it/uran-i-neptun-vpershe-pokazali-u-spravzhnih-kolorah-yakiy-viglyad-mayut-planeti-foto-2487979.html.

АЛФЬОРОВ М. А.

Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Науковий керівник:

КУРІННА Г.В.

Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ВІЗУАЛЬНІСТЬ ЯК РІЗНОВИД ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ

Аналізуючи ігровий фільм «Снайпер. Білий ворон» (зфільмований на реальних подіях), ми звернемо увагу на втілення емоційного стану основних персонажів цієї військової драми. Режисер фільму Мар'ян Бушан є режисером-дебютантом. І обравши для фільмування історію про снайпера на російсько-українській війні, він для себе вперше визначив смислові пріоритети в цій картині. Сам режисер визнавав, що фінал фільму фактично став пророцтвом повномасштабного вторгнення ворога в Україну. Микола Воронін, той самий «Білий ворон», реальний український герой, воїн, який захищав ще Донецький аеропорт, був долучений режисером до створення кінематографічної версії

історії, як він, викладач та екоактивіст, став вправним снайпером на російсько-українському фронті. Саме він, прототип головного героя цього «простого» героїчного фільму наголос на тому, щоб режисер розповів «тиху» історію роботи снайпера проти також ворога, російського снайпера Серого. Щоб реальний героїзм простого українського воїна виглядав на екрані майже побутовою справою. Олег Драч — український актор театру та кіно, який в картині зіграв роль антагоніста головного героя, російського снайпера Серого, на собі у перші дні російського наступу росіян на Київ у лютому 2022 р. відчув лють ворога, адже через місяць після невдалої спроби захопити нашу столицю, росіяни ракетою зруйнували його квартиру. Усі ці символічні «деталі», які супроводжували створення та випуск у прокат цього простого героїчного фільму є показовими. Але найважливішим сенсом цього простого героїчного фільму є те, що у показаній у цій військовій драмі «битві снайперів», коли антагоніст (Серий) є сильним персонажем, справжнім професіоналом снайперської справи, перемагає колишній український пацифіст, людина, яка не мала такого професійного досвіду, але має сильний дух, віру у перемогу над ворогом, людина, яка захищає свою землю. Отже, це не тільки «тиха помста» особистого характеру. Емоційний стан діючих осіб фільму настільки високо градусний, це — глибинна лють, яка помножена на зібраність, зосередженість українського військового. Отже, саме наявність таких «простих історій» про наших героїв — це важливий крок в осмисленні українського героїзму на сьогодні. Адже героями стають прості українці, які відчули у собі насагу та волю здобути перемогу над лютим ворогом.

АНТОНОВ Д. А.
м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНИХ СЛОГАНІВ В СУЧАСНІЙ ВІДЕОРЕКЛАМІ

У сучасному світі реклама є потужним інструментом маркетингу, адже її основне призначення полягає в тому, щоб привернути увагу споживача, викликати у нього інтерес і змусити його діяти певним чином. Безумовно, для досягнення поставленої цілі рекламний менеджер має врахувати ряд аспектів: визначити цільову аудиторію, розробити стратегію звернення до неї та проаналізувати комерційні передумови. Серед різних видів реклами особливе місце для сучасного споживача посідає відеореклама. Статистичні дані підтверджують, що популярність відеореклами зростає щорічно. Основними перевагами відеореклами є такі: можливість охоплення широкої аудиторії, вірусність, високий рівень залученості, наочність. Ретельно продумана та якісно створена

відеореклама має всі шанси завоювати популярність цільової аудиторії. Першочергову роль у створенні сучасної відеореклами відіграє рекламний слоган. Рекламний слоган – це фраза, що легко запам'ятовується, яка повинна відображати концепцію компанії, а також викликати позитивні асоціації у споживача до продукту або послуги [2]. Створення ефективного слогана – це ціла наука, що вимагає знання психології цільової аудиторії, соціології, лінгвістики та маркетингу. Серед основних функцій, які виконує рекламний слоган, можна виділити такі:

1. Підвищує впізнаваність бренду. Влучна фраза надовго залишається в пам'яті людей та викликає певні асоціації. Почувши “Always Coca-Cola” («Завжди Кока-Кола»), виникають асоціації з освіжаючим напоєм та веселими святами.

2. Допомогає ідентифікувати бренд. Ефективний звучний слоган допомагає виділитися серед конкурентів. Так слоган компанії Kit Kat “Have a break, have a KIT KAT” («Є перерва – є Кіт Кат») викликає бажання перекусити саме цим смачним батончиком.

3. Відображає цінності та місію бренду. Так, маніфесту компанії L'Oréal Paris “Because You're Worth It” («Адже ви цього варті») вже більше п'ятдесяти років. За словами компанії, ці слова – не рекламне гасло, а місія, яка надихає та залишається в серці бренда сьогодні. Саме ці слова стали символічними, надавши можливість жінкам незалежно від віку й освіти повірити у свою красу й усвідомити свою цінність. Від моменту свого створення маніфест, який легко запам'ятовується, переклали 40 мовами, що демонструє глобальну популяризацію бренду та спільний погляд на красу, незалежно від етнічної та соціокультурної належності [5].

4. Здійснює емоційний вплив. Рекламні слогани можуть викликати сміх, захоплення, радість або навіть сум. Емоційна залученість допомагає привернути увагу та краще запам'ятатися. Відомий слоган компанії Nokia “Nokia. Connecting people” («Нокія. Поєднує людей») був вагомою заявою про місію компанії ще з 1992 року. Гасло дійсно працювало: до 2009 року Nokia була лідером серед смартфонів і контролювала більше 39% ринку (наприклад, у Apple було 17% в тому ж році) [1].

Таким чином, ефективний рекламний слоган має відповідати таким вимогам:

- слоган має бути влучним, лаконічним та легко запам'ятовуватися (Nike. Just Do It; Дріжджі «Духмяна хата». Легкі на підйом),
- слоган має враховувати особливості цільової аудиторії та бути зрозумілим для неї (Panasonic. Ideas For Life; сосиски «Нямські». Сосика вариться – матуся не париться),
- слоган має бути оригінальним (MaxFactor. The Make-Up of Make-Up Artists; Prom. Продавці топчик – ціни горобчик),
- добре, якщо слоган буде римованим, адже такі слогани краще запам'ятовуються (WOG. Всюди, де люди; Glovo. Везе тобі все),
- дотримання якості звуку і ритму. Звукові аспекти слогану, такі як ритм, мело-

дія, рими або специфічні звукові ефекти, допомагають швидше запам'ятати слоган та роблять його привабливим для слухачів. Пригадаймо відому мелодію компанії МакДональдс та її слоган “I’m Loving It” («Ось що я люблю»). Серед українських рекламних слоганів з музичним супроводом можна виділити рекламу магазину Comfy «Намбер ван по домашнім гаджетам».

Для того, щоб створити ефективний рекламний слоган слід пам'ятати такі правила:

1. Зробіть слоган коротким і зрозумілим. Американський психолог Джордж Міллер у 1956 році сформулював правило 7 ± 2 . Воно говорить про те, що кількість об'єктів, які може запам'ятати середньостатистична людина, варіюється від п'яти до дев'яти. Варто використовувати це правило при написанні слогану.

2. Беріть до уваги часові рамки. Коли ви працюєте над гаслом компанії, задумайтесь, наскільки актуальним воно буде через декілька років. Ваш бренд може змінюватись з часом, але слоган повинен бути довговічним.

3. Проаналізуйте цільову аудиторію. Уявіть ваших споживачів, їхні бажання, звички і намагайтесь донести до них ваш меседж. Якщо ви просуваєте свій бренд на міжнародних ринках, переконайтесь, що ваш слоган підходить для різних культур. При перекладі на інші мови гасло може втратити свою унікальність або навіть змінити значення. Наприклад, компанія KFC вирішила використовувати слоган “Finger-lickin’ good” («Пальчики оближеш» на китайському ринку. При перекладі на китайський він буквально означав «З’їж пальці», що навряд чи додало цьому слогану популярності.

4. Слоган повинен бути ритмічним. Аналіз досліджень показав, що кращі слогани музичні. Потенційні клієнти запам'ятовують їх краще. Прикладом цього може служити реклама компанії “Coca-Cola”.

5. Будьте чесними. Слоган повинен чесно зображувати продукт або бренд. Інакше, ваша аудиторія перша викриє вас, а бренд може втратити довіру.

Отже, гарний слоган викликає непідробний інтерес у публіки, він закликає клієнтів до активних дій по відношенню до компанії. Оригінальність є надзвичайно важливою, але важливо пам'ятати, що смисл не має втрачатися за креативністю. Зміст слогану повинен передавати характер бренду та інформувати про діяльність компанії. Ефективний слоган має відтворювати переваги бренду, які отримає клієнт, якщо придбає даний товар або послугу. Головне правило у розробці слогану: «Більше сенсу – менше тексту», тобто наповнення максимальним змістом мінімальної кількості слів [3]. Створення рекламних слоганів – справа непроста, але вона може принести величезну користь бренду і компанії на довгі роки.

Використані джерела:

1. Кращі світові бренди та їхні рекламні кампанії. URL: <https://laba.ua/blog/1616-pid-birka-yaskravih-i-nezabutnih-sloganiv>

2. Розробка слогану для реклами: ідеї, цілі, приклади. URL: https://rocketmen.com.ua/article/promo_slogan
3. Розробка слогану. URL: <https://koloro.ua/ua/slogan-dlya-reklamy.html>
4. Шевченко Ю.О. Ефективний рекламний слоган – запорука успішного бізнесу. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/28687/1/shevchenko%20O.U.pdf>
5. The Village URL: <https://www.village.com.ua/village/business/business-promo/310747-loreal-paris-manifest>

БАТЮК А.А.

кандидат наук з державного управління

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну та мистецтв

СИНЕРГІЯ КОМУНІКАЦІЙ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА: КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЯК МАЙДАНЧИК ВЗАЄМОДІЇ ТА ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ СВІТУ

У сучасному світі інноваційно-цифрових технологій, що перенасичений інформаційними потоками все частіше комунікація передається не лише словами, а образами та звуками, в цьому аспекті візуальна естетика та інформаційна перевага грають ключову роль у взаємодії між людьми та розвитком суспільства. Унікальна здатність аудіовізуального мистецтва формувати ефективні комунікації через образи та звуки, їх сприйняття та враження надаючи можливість емоційного, естетичного та інтелектуального сприйняття інформації розкриває великі можливості щодо використання потенціалу цих двох сфер.

Сьогодні креативний сектор виступає не просто як спілка творчих індивідів та талантів, а як майданчик, де відбувається взаємодія і взаємний вплив. Маючи великий потенціал та роблячи значний вклад в світову економіку цей сектор паралельно формує культурну та комунікаційну картину сучасного світу. Загальне бачення інших країн одна одну та їх сприйняття наразі відбувається через призму креативної галузі.

Аудіовізуальне мистецтво як галузь креативної індустрії включає в себе кіно, телебачення, відеоарт, фотографію та інші форми візуального вираження. Образи, створені цими мистецькими засобами, мають універсальну мову, яка легко розуміється незалежно від мови чи культурного контексту. Така візуальна мова є потужним інструментом в сприйнятті та передачі інформації, сприяючи ефективній комунікації між різними групами людей. В Україні аудіовізуальне мистецтво стало важливою складовою для

відображення сучасних суспільних подій та політично-військових тем, що допомагає зміцнити громадянську позицію та створює платформу для відкритої комунікації.

Поєднання комунікацій та інструментів аудіовізуального мистецтва формує інноваційні та різноманітні підходи до збереження та передачі суспільно важливої інформації на широкий загаль, а також створює достопамятне гідне обличчя України в світі.

В умовах війни в Україні взаємодія між комунікаціями та аудіовізуальним мистецтвом виходить на передній план як засіб формування громадської думки, висвітлення важливих суспільних проблем та зміцнення національної єдності. З початком повномасштабної війни проти України зросла важливість аудіовізуального мистецтва та розвитку всього креативного сектору в аспекті формування образу подій та їх розповсюдження. Медіа, фотографи, художники та інші митці використовуючи аудіовізуальні засоби, намагаються забезпечити об'єктивність інформації, підтримку національну єдність та збереження спогадів, історичних фактів про події сьогодення. Художники та режисери зосереджуються на висвітленні соціальних проблем, які виникають через війну.

Аудіовізуальні проекти в Україні активно створюють образи героїв, які відображають силу та витримку українського народу. Це сприяє об'єднанню суспільства та формуванню позитивної національної ідентичності.

Засоби аудіовізуального мистецтва активно використовуються для висвітлення різноманітних поглядів на військові події. Проекти аудіовізуального сектору залучають громадськість до діалогу, розширюють діапазон уваги до важливих соціальних та гуманітарних проблем. Таким чином взаємодія між комунікаціями та аудіовізуальним мистецтвом стає не лише засобом інформування громадськості, але й платформою для висловлення глибоких емоцій, ангажування громадян у важливі соціальні дискусії, пропаганди та сприяння процесу національного одужання.

В цьому аспекті розвиток синергії комунікацій та аудіовізуального мистецтва виступає багатозначним фактором для зміцнення світової єдності, розширення національної свідомості, створення поля захисту та протидії від гібридних інформаційних загроз. Сприяння масштабування креативного сектору є важливою складовою політики держави, оскільки цей сектор має потенціал стимулювати економічний розвиток, піднімати культурний рівень суспільства та забезпечувати становлення соціокультурного середовища.

Державне регулювання повинно бути націлене на створення сприятливих умов для розвитку креативних індустрій та розвитку творчого потенціалу громадян. Зокрема має бути спрощення надання та отримання грантів, субсидій та іншого фінансування для стимулювання запуску нових проектів аудіовізуального сектору, державна політика має

спрямовуватися на розвиток відповідної інфраструктури та створення робочих місць в креативній сфері. Окремо потрібно відмітити необхідність розширення системи освіти в сфері мистецтва, дизайну та креативних галузей, сприяння професійному навчанню та формування висококваліфікованих фахівців.

Орієнтація стратегій державної політики на розвиток аудіовізуального сектору в аспекті використання його засобів як інструментів стратегічного впливу та кризової комунікації може стати ключовим фактором у забезпеченні сталого та інноваційного розвитку суспільства, сприяти розкриттю творчого потенціалу громадян та сприяти впровадженню новаторських рішень у різних галузях економіки і культури.

БІЛЬДЕР Н.

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

СПОЖИВАЧ І ПРОДУКТ У ГАЛУЗІ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ: СПОЧАТКУ – ДЛЯ КОГО, ПОТІМ – ЯК

На сьогодні, в обставинах, коли наша держава протистоїть повномасштабній агресії, набувають актуальності питання мобілізації всіх можливих ресурсів задля захисту нашої країни та збереження ідентичності громадян України — драйвер розвитку переміщається із сировинних галузей у галузі креативні. «Креативні індустрії» — це творчість у всіх галузях економіки, це великий бізнес, за яким стоять великі інвестиції і який стає простором конкуренції територій та країн. Оскільки креативна індустрія йде у зв'язці практично з усіма галузями економіки, зі своїм розвитком зростає попит і на креаторів. Ситуація сьогодення, в яких реалізуються проєкти, націлені на розвиток креативності, вимагають удосконалення технологій підготовки кадрів, здатних забезпечувати ефективну реалізацію таких проєктів.

Інтеграція креативних індустрій в освітній процес стає важливим трендом та необхідністю сьогодення. Професійна діяльність у сфері креативних індустрій складна, багатофункціональна, ґрунтується на використанні спеціальних знань та пов'язана з необхідністю виробляти особливі продукти, які не тільки враховують індивідуальні запити споживачів, але й сприяють створенню нових потреб.

Проблемне поле дослідження креативних індустрій і підготовки кадрів для них знаходиться на стику міждисциплінарного знання арт-індустрії, економіки, соціології та психології. Важливою проблемою та завданням розвитку освітніх стратегій у сфері креативних індустрій є поєднання академічного та технологічного підходів.

Фахівець у сфері креативної індустрії України на сьогодні має можливість

самостійно відбудовувати свої освітні траєкторії, взаємодіючи з учасниками ринку освітніх послуг, беручи до уваги їхні рекомендації.

Заклади арт-освіти у цій ситуації відповідальні за створення відповідних умов, що оцінюються насамперед здобувачами освіти.

З метою оптимізації освітнього процесу у Харківській державній академії дизайну і мистецтв проводяться заходи з погляду досягнення академічної досконалості (excellence), включно з якістю освітньої діяльності та якістю вищої освіти. Робочою групою із забезпечення якості освітньої діяльності ХДАДМ регулярно проводяться моніторинги з метою виявити, шляхом аналізу суб'єктивних думок, проблеми при організації освітнього процесу на факультеті Аудіовізуальне мистецтво та заочне навчання. Для отримання інформації провадяться on-line опитування (CAWI), характеристика вибірки: здобувачі першого (бакалаврат) і другого (магістратура) рівнів вищої освіти факультету Аудіовізуальне мистецтво та заочне навчання спеціальності 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво [1].

Унікальна особливість Харківської державної академії дизайну і мистецтв – невелика чисельність здобувачів у студентських групах. Ця особливість полегшує реалізацію індивідуального підходу до підготовки здобувачів, але утруднює проведення кількісного аналізу отриманих результатів з дотриманням належних критеріїв репрезентативності.

За узагальненими результатами досліджень, провідний мотив вибору для навчання саме в академії (відповіді на питання: «Ви обрали для навчання Харківську державну академію дизайну і мистецтв, тому що...») впевненість респондентів у тому, що ХДАДМ – відомий і престижний заклад вищої освіти в якому висока якість освіти і великий вибір напрямків підготовки. Серед «Інших» варіантів відповідей рефреном у різних формулюваннях думка (авторська орфографія збережена): «Хотіла(хотів) навчатися на творчу спеціальність, ХДАДМ підійшов під усі параметри»; «Це єдиний вуз для творчих людей в моєму місті».

У ході неформального спілкування під час навчального процесу виявлено, що для більшості студентів сам факт вступу до Академії – вже достатня підстава позиціювати себе творчими, високо креативними особистостями, представниками еліти, ядра креативного класу.

Для людей, яких можна віднести до креативного класу, всі прояви креативності – технологічні, культурні та економічні – взаємопов'язані та нероздільні [2]. Якості творчої особистості – відкритість новому та креативність, мотивація само актуалізації, розвинені уява і мислення, сприйнятливність до проблем, самостійність у вирішенні складних ситуацій. Невідповідність очікувань щодо «ідеалізованого образу Я» студентів (креативна особистість) і реальністю (незбіг самооцінки якості створених продуктів і

результатів навчальної діяльності та оцінок викладачем) може спровокувати внутрішньо особистісний конфлікт.

В ході опитувань здобувачам пропонували обрати варіанти відповідей на запитання: «Від чого, на Вашу думку, залежить ефективність дистанційного навчання?». Відхрестились від особистої відповідальності та указали, що, на їх думку, ефективність залежить не від старанності й наполегливості здобувачів на шляху опанування вищою освітою, а від майстерності викладачів, що беруть участь у цьому процесі (перше місце у рейтингу) значна кількість опитуваних, що є непрямым показником рівня креативності (як якості особистості), так і рівня сформованості особистісної зрілості студентів, які брали участь в опитуванні. Варіант відповіді: «Мотивації студентів та студенток» на останніх місцях рейтингу вибору [1].

За результатами аналізу емоційних відповідей на низку запитань, пропозицій і побажань здобувачів щодо оптимізації освітнього процесу можна зробити деякі узагальнення: «Менше теорії! Більше практики! Теоретичні дисципліни – зайві. Більше цікавих проєктів».

У спробі реалізації «цікавого» проєкту в авторів виникає спокуса забути про споживача, про продукт, який був би орієнтований на аудиторію і зробити «креативний проєкт» заради самого проєкту і само презентації «креатора», між тим найголовнішою особливістю креативних індустрій є орієнтованість саме на споживача, отже компетенції та навички, необхідні для зайнятості у сфері креативних індустрій – поєднання фундаментальних навичок у конкретній професійній та суміжних галузях – пізнавати себе як творчих особистостей та визначати психологічні особливості своїх цільових аудиторій у проєктах креативної спрямованості, формувати метапредметні навички.

Світова тенденція – посилення навчального блоку гуманітарних наук, тимчасом як у нашій країні час, відведений на вивчення дисциплін гуманітарного циклу, з кожним роком зменшують, надаючи перевагу дисциплінам професійної спрямованості.

Вивчення дисциплін гуманітарного циклу, зокрема – психологія на перших курсах, як пропедевтика (від грец. *προπαιδευω* - попередньо навчаю) з метою пізнавати себе як творчих особистостей та визначати психологічні особливості своїх цільових аудиторій у проєктах креативної спрямованості, на старших курсах – психотехнології впливу та маніпуляцій свідомістю споживачів креативних індустрій сприятиме підвищенню конкурентоспроможності випускників факультету аудіовізуального мистецтва на сучасному, украй конкурентному ринку трудових ресурсів у галузі креативних індустрій.

Література: Результати моніторингу якості освіти та щорічне оцінювання здобувачів. URL: <https://ksada.org/1YakistOsvity.html>

Florida R. Cities and the creative class. London: Routledge, 2004. 208 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203997673>

СВІТОВІ ПЕРФОРМАТИВНІ ПРАКТИКИ НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ

З початку повномасштабного вторгнення російської федерації на українські землі, використання перформансів за для привернення уваги до військових подій в Україні, набуло бурхливого розвитку. Вже не одне сторіччя поспіль мистецтво є голосом народу, і в останні роки саме перформативні практики виступають як універсальний інструмент донесення важливих тем. Головне завдання перформансу – виведення глядача з зони комфорту.

Науковці М. Мельник та Н. Ковпак дають таке тлумачення поняттю перформанс: «Перформанс – це гра з публікою. Він має кілька ознак: – реакція глядача передбачена наперед; – головне завдання – шокувати публіку, викликати емоції; – домінує прояв реальності <...> з дратівливих, психологічно травмуючих елементів». Також вони визначають перформанс як форму сучасного сценічного мистецтва. «Це публічне дійство з символічним реквізитом, конкретними, іноді не підготовленими діями, із застосуванням візуальних засобів». [1, с. 89].

Однією з найперших та в свою чергу наймасштабніших перформативних дій у підтримку української спільноти став американський перформанс Justice Murals (Сан-Франциско, 26.02.2022 р.). На Палац образотворчих мистецтв та міські будівлі, за задумом автора перформансу А. Марлінгом, проєктувалась 3D анімація проєкту «Жива колекція». Співавторами проєкту виступила анімаційна студія «Pause to Play». На фасадах будівель та пам'яток архітектури демонструвалися картини зі збірки І. Диченка. Перформанс був влаштований у підтримку українського народу та нагадування усьому світу про страшні події в Україні.

Страшні події у Бучі, Ірпіні та Ізюмі породили перформанс в Кракові (Польщі) проти геноциду в Україні. Було інсценовано жорстокі вбивства, криваві події, про які учасники перформансу, а саме сотні українських біженців, «розповіли» всьому світу. Пофарбувавши червоною фарбою свої тіла та зв'язавши руки білими стрічками, як відображення тих страшних подій лютого 2022 року.

У Чикаго відбулась масштабна акція-перформанс в якій прийняло участь більше ніж 300 українок. Перформанс мав на меті донесення до всього цивілізованого світу, що війна в Україні це не вигадка, а обставини в яких живуть українці – жахливі. Тримавши фото загиблих дітлахів та закривавлені іграшки, жінки просувалися центральною міською артерією від Water Tower до Millennium Park під звуки вибухів та «виття» си-

рен. Перформанс був націленим на привернення особливої уваги до необхідності надання допомоги українській державі.

Митці з усього світу і зараз продовжують підтримувати Україну та нагадувати на другий рік повномасштабного вторгнення в Німеччині відбулися масові мирні мітинги та протести. Активною частиною цього руху були мистецькі акції та перформанси. Так 24 лютого 2024 року у місті Гіссен відбувся перформанс під назвою «Не мовчати – кричати» учасниками якого виступили українські біженці. Актори ART STUDIO GENAU втілили на сцені трагічні події першого дня війни з особливою глибиною. Як зазначають автори перформансу: «Цей перформанс – не просто вистава, він є висловом нашого патріотизму та відданості Україні. Давайте разом пам'ятати і прагнути миру і справедливості.» [2].

Отже, перформативні практики в сучасних умовах військової агресії привертають суспільну увагу до війни в Україні, постаючи дієвими засобами проголошення стійких базових сенсів, власних позицій, як підтвердження національної єдності українців, що вимушені бути за межами рідної країни. Перформативні практики постають реальним підтвердженням цільності української спільноти, її сили та волі до боротьби супроти воєнних злочинів.

КЛЕПІНІНА Н. І.
м. Харків (Україна)
Kukuruza Production

ТРЕНДИ ТА ІННОВАЦІЇ В АНІМАЦІЇ. ВПЛИВ СУЧАСНИХ ПОДІЙ НА РОЗВИТОК CGI

Давайте спочатку визначимось з головним терміном. Що я маю на увазі, коли кажу слово “Анімація”. У широкому сенсі, анімація - це процес створення ілюзії руху за допомогою послідовного відтворення зображень, об'єктів чи сцен. Цей процес може включати різні техніки, такі як малювання кадрів, використання комп'ютерних графічних програм, створення тривимірних моделей, анімацію стоп-моції тощо.

Але ми сьогодні будемо говорити не про “загалом анімацію”, а саме про “cg-анімацію”. Термін «CG» в англійській мові означає «Computer Graphics» (комп'ютерна графіка). CG є широким поняттям, що включає в себе всі аспекти створення графічних зображень, анімації та візуальних ефектів за допомогою комп'ютерних технологій.

CG анімація включає в себе два основні напрямлення це - тривимірна (3D) та двовимірна (2D) Анімація:

3D Анімація: Використовує тривимірні моделі для створення анімованих сцен і об'єктів. Це дозволяє створювати реалістичні та деталізовані анімації.

2D Анімація: Базується на двовимірних зображеннях та створює рух за допомогою послідовності кадрів, як у традиційній анімації, та за допомогою комп'ютерних програм.

Окремо проговоримо про VFX це аббревіатура від «Visual Effects» (візуальні ефекти). В цей термін включають багато чого. Але я буду говорити саме про поєднання відзнятого матеріалу з 3д чи 2д графікою.

Ринок анімації

До 2020 року ринок анімації і візуальних ефектів дуже стрімко різ. В принципі як і весь ринок відеовиробництва, кіноіндустрія.

Чому до 2020 ? Що там таке сталося що не трошки (не трошки) потрясло весь світ? (COVID)

Трошки про той період в розрізі індустрії анімації. Що відбувається ?

- Багато студій та виробників анімаційного контенту стикнулися з перервами в виробництві через закриття студій та обмеження в роботі.

- Почалася віддалена робота. Прийшлося дуже швидко змінити формат взаємодії творчих команд, студій.

- Анімаційні проекти стали стикаються зі змінами у релізних датах через затримки у виробництві та складнощі у здійсненні промоушну через перерви в роботі.

Отже студії анімації шукають нові підходи до виробництва, використовуючи технології для створення анімаційних проектів та взаємодії з командами віддалено.

Але, що відбувається паралельно ?

- Збільшується попит на онлайн контент. Відео, фільми не знімають, бо COVID. Анімаційний же контент, так як його можна створювати віддалено. Так, теж є свої нюанси. Бо треба багато чого рендрити.

Наприклад, ви мабуть всі дивилися один з останніх мультфільмів від анімаційної студії Піксар “Стихії”. Він наразі вважається найскладнішим з технічної точки зору проектом Піксар. В порівнянні з першим комп'ютерно-анімаційним 3д мультфільмом “Історія іграшок”, знадобилась обчислювальна сила 300-х сот комп'ютерів. Для мультфільму “Корпорація монстрів” знадобилось вже 700-т комп'ютерів. Для мультфільму Піксар “В пошуках Немо” необхідно було вже 1000 комп'ютерів. Так от для мультфільму стихії було використано силу в 151 000 тис комп'ютерів.

Повертаємось до того що зростає попит на онлайн контент. Зростання попиту на створює нові можливості для анімаційних студій. Так, треба багато чого перебудовувати в процесах роботи, бо ресурсів “домашнього формату” співробітників студії не вистачає. Але анімаційні студії розуміють що вони не зупиняються в створенні контенту для цифрових платформ та стрімінгових сервісів. А тільки нарощують своє виробництво.

Ще до речі, віддалені умови призвели до збільшення популярності анімаційних

ресурсів для навчання та розвитку навичок. Про що тут ? Багато хто втратив роботу. Треба було швидко вивчати нові навичні, які були б актуальними до того ковідного часу. Що могло дати можливість працювати віддалено.

Великі компанії такі як Netflix, DNEG (раніше називалась “дабл негатів”) - британська компанія, яка спеціалізується на створенні комп’ютерної анімації та візуальних ефектах для кінематографу. Вони підписують угоду стратегічного характеру про розширення/надання візуальних ефектів та послуг віртуального виробництва для серіалів та програм Netflix до 2025 року. У рамках угоди британська компанія має побудувати роботу для Netflix в цьому секторі та значно розширити послуги візуальних ефектів.

Потім у липні 2022 року Netflix придбав провідну у світі незалежну анімаційну студію Animal Logic. Animal Logic виробляє відзначені нагородами дизайни, візуальні ефекти та анімацію вже понад 30 років. Це придбання зміцнить існуючий бізнес та збільшить довгострокові можливості в анімаційному просторі для кращої розваги учасників по всьому світу.

Робимо висновок хоча пандемія створила виклики, вона також викликала стрімкий попит на онлайн контент. Тим самим створила умови для інновацій та змусила індустрію адаптуватися до нових умов, розглядаючи можливості для розвитку та трансформації у світі анімації.

Окрім того в 2023 році стрімко розвивається тема Штучного інтелекту. Це поєднується з VR і AR, тобто з віртуальною та доповненою реальністю. В обох випадках це знову ж CG, а саме тут про тривимірну графіку. І ця тема також стимулює до ще більш стрімкого розвитку індустрію. Рівень графіки росте.

Тут можна сказати і про майбутній формат освіти. Що багато навчальних закладів мають намір інтегрувати симуляційні технології (це про VR і AR) до своїх освітніх систем.

Бо не забуваємо що для графіки та анімації немає нічого неможливого. Все що ми не можемо відтворити фізично, можемо відтворити за допомогою комп’ютера.

КОНОВАЛЕНКО С. Г.,
студентка 1 курсу,
ОП «Реклама та відеоарт»,
Керівник - доцент, кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри аудіовізуального мистецтва – КУРІННА Г.В.
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

МИТЕЦЬ ТА НЕЙРОМЕРЕЖІ: ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ СЦЕНАРНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ В АВМ

Нейронні мережі – це один з напрямків наукових досліджень в галузі створення штучного інтелекту (ШІ), в основі якого лежить прагнення імітувати нервову систему людини. В тому числі її (нервової системи) здатність виправляти помилки і самонавчатися. Все це, хоча і дещо грубо повинно дозволити змодельовати роботу людського мозку [1]. Це допомагає комп'ютерам приймати рішення без втручання людини, що є великою загрозою для митців, які мають мету стати професійними сценаристами.

Є ризик того, що нові технології повністю замінить людську працю, тож може зрости відсоток безробітних, бо більше не треба буде платити людині за написання сценарію для будь якого аудіовізуального проекту коли машина сама напише безкоштовно або за невеликі кошти.

Так, українські науковці досліджують перспективи Використання технологій штучного інтелекту в сценарній майстерності та доводять, що вже сьогодні є суперечливі результати, які свідчать, що ШІ не здатний створювати оригінальні власні речі та все частіше асоціюється з людською творчістю та художнім напрямом [2].

Розглянемо використання штучного інтелекту у сценарій майстерності. У фільмах штучний інтелект і генеративні мережі використовуються для створення візуальних зображень і інформування про процес написання сценарію. Пропозицією штучного інтелекту в кіноіндустрії є Scriptbook з Бельгії, яка забезпечує аналіз штучним інтелектом сценаріїв, перевірку змісту на основі штучного інтелекту та автоматизоване створення сценаріїв [3].

Також не треба забувати про авторські права на сценарій написаний людиною або нейромережею.

У новому законі українське законодавство вперше врегулювало авторське право на результати роботи штучного інтелекту.

Наприклад, в статті 33 «Право особливого роду (*sui generis*) на неоригінальні об'єкти, згенеровані комп'ютерною програмою» Закону України

“Про авторське право і суміжні права” № 2811-IX від 01.12.2022 визначено тер-

мін неоригінальний об'єкт - це згенерований комп'ютерною програмою об'єкт, що відрізняється від існуючих подібних об'єктів та утворений у результаті функціонування комп'ютерної програми без безпосередньої участі фізичної особи в утворенні цього об'єкта.

Оскільки творчої участі людини у згенерованому нейромережами контенті фактично немає, немайнові авторські права на створений ШІ-об'єкт не виникають. Однак на неоригінальні об'єкти, згенеровані комп'ютерною програмою, поширюються особливі права — *sui generis*: автори та користувачі таких програм можуть використовувати згенерований штучним інтелектом твір, надавати дозвіл

Фактично це всі майнові права, які притаманні звичним творам, створеним людиною.

Це мають розуміти й розробники програм, які використовують штучний інтелект: користувачі отримують усі майнові права на створені ШІ твори.

Також не варто забувати, що штучний інтелект не бере інформацію з повітря, а навчається за допомогою вже створених творів, які мають авторів. [4]

Отже, оцінивши ситуацію, можна зробити висновок, що нейромережа створює сценарії лише на основі тих робіт, які були написані митцями та професійними сценаристами раніше. Штучний інтелект не має досвід переживання життєвих подій, він не відчуває емоції, він може лише скопіювати пережитий та описаний досвід людини. Нейромережу можна використовувати як доповнення до ідеї сценариста, яку він хоче розкрити, але не навпаки. Митець сповнений фантазій, а нейромережа ні, тож технології не заберуть професії «сценарист».

Використані джерела:

1. Сімон, К.А. Ніколюк, П.К. Нейронні мережі. Комп'ютерні технології обробки даних, 2022, С.170.
2. Цугорка О. П. Штучний інтелект і образотворче мистецтво: стан та тенденції. Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 18 травня 2023 р.). Київ : НАКККіМ, 2023. С. 6.
3. Варшива Н. В.. Використання технологій штучного інтелекту у креативних індустріях, 2022, С. 111.
4. Чувань В.С. Авторські права на об'єкти створені штучним інтелектом. Інновінг сучасних трендів в менеджменті безпеки: Збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції Львів: ЛДУ БЖД, 26 травня 2023. С.265-266

ПРОБЛЕМИ ЗРОСТАННЯ В ПРОДЮСУВАННІ ТА ВИКЛИКИ, ЯКІ ЩЕ НАС ОЧІКУЮТЬ

Сьогодні в розвитку креативних індустрій значну роль грає продюсування. Серед значних трендів в цьому напрямку можна відмітити наступні:

- Соціальні медіа як канал комунікації із глядачем та швидкий зворотній зв'язок.
- Інновації в індустрії: AR/VR технології, ШІ.
- Продюсування на відстані та формування міжнародних команд.

Тим не менш.

Однак сьогодення викриває і певні проблеми та виклики:

- Чи може Штучний інтелект замінити роль Продюсера?
- Як боротися за увагу глядача у перенасиченому контентом просторі.
- Як впливає швидкоплинність трендів на продюсування.
- Технологічні виклики у виробничому процесі.

Проблематика продюсування в Контексті Українського ринку:

- Вплив культурних, місцевих та суспільно- політичних особливостей на вибір тематик та форматів проектів.
- Залучення інвестицій та фінансування проектів.
- Культурне розмаїття для посилення міжнародного іміджу України.

Отже, можемо зробити висновки, що продюсування має вплив на економіку креативного сектору та міжнародне визнання попри всі проблеми зростання.

ОБРАЗ КРАЇНИ В РЕКЛАМНОМУ РОЛИКУ: СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ СТОРІБРЕНДІНГУ (НА МАТЕРІАЛІ МІЖНАРОДНИХ ТЕМАТИЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ)

«Тревел-відео» («тревел-промовідео», «рекламний ролик країни») – термін, що з'явився з розвитком туристичної галузі, яка активно почала залучати до промоції країн митців аудіовізуальної сфери. Такі відео покликані розкривати культуру, туристичні локації, мистецтво, гастротуризм та інші сфери людської діяльності, що розкривають ментальність та образ країни. Тим самим формуючи уявлення у пересічного глядача про можливу мандрівку.

За результатами аналізу понад тисячі фестивальних тревел-відео з різних куточків світу, які було переглянути нами за результатами роботи у складі оргкомітету та журі в численних міжнародних фестивалях тревел-тематики, можемо виділити наступні провідні тенденції сторібрєндінгу.

- Сторіфікація. Цей тренд набув особливої популярності в останні роки. Образ країни пов'язується з певною історією, за участю персонажів та сюжетної лінії. Оскільки інформація, яка систематизована в історії має більше можливостей для передачі емоційної складової, фінал сюжету промо-ролику покликаний розбудити бажання до подорожі.

- Романтизація. Тренд набув популярності завдяки, зокрема, техніці аерозйомки. Мальовничі романтизовані відзняті кадри з висоти літака, що демонструють природні пейзажі регіонів країни, можна порівняти з пейзажами художників, які надихають глядача потрапити у зображення не у мріях, а на яву. Отже, наприклад, країна може асоціюватися з безкрайніми горами та морями. Проте урбаністичні пейзажі залишаються поза кутом зору глядача.

У доповіді розглядаються відеоприкладі тревел-відео за наведеною типологією.

ЛЕБІДЬ К. В.
кандидат наук з державного управління Батюк А.А.
м. Харків (Україна),
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ДОСЛІДЖУЮЧИ МЕЖУ: НОВІ ТЕХНІКИ В АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ

Сфера аудіовізуального мистецтва стоїть на порозі надзвичайної трансформації, спричиненої невідпинним розвитком технологічних інновацій. Від зародження кінематографу до цифрової революції митці постійно розширювали межі творчості, використовуючи нові інструменти та техніки, щоб зачаровувати аудиторію та викликати емоції. Сьогодні, коли ми стоїмо на порозі майбутнього, відбувається нова хвиля експериментів, стимульована досягненнями у сфері віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR), штучного інтелекту (AI) та інтерактивних медіа. У цих тезах розглядаються технології майбутнього, які зараз перебувають на стадії розробки та експериментального використання в галузі аудіовізуального мистецтва, а також досліджується сучасний ландшафт цієї динамічної сфери, що постійно розвивається.

Віртуальна реальність (VR): Один з найперспективніших напрямків в аудіовізуальному мистецтві. VR переносить глядачів у захоплюючі тривимірні світи, де вони можуть взаємодіяти і ставати частиною художнього нарративу. Митці використовують технологію віртуальної реальності для створення захоплюючих вражень, які стирають межу між реальністю та вигадкою, дозволяючи глядачам досліджувати фантастичні пейзажі, переживати історичні події або занурюватися в абстрактні композиції. Від VR-фільмів до інтерактивних інсталяцій - можливості безмежні, пропонуючи нове полотно для художнього вираження.

Доповнена реальність (AR): AR накладає цифровий контент на реальний світ, плавно поєднуючи фізичну та віртуальну сфери. У сфері аудіовізуального мистецтва доповнена реальність відкриває захоплюючі можливості для інтерактивного оповідання історій, просторового звукового досвіду та інсталяцій, орієнтованих на конкретні місця. Митці експериментують з доповненою реальністю, створюючи динамічні роботи, що реагують на рухи глядача, перетворюють звичайний простір на чарівне середовище та кидають виклик сприйняттю реальності. З поширенням пристроїв з підтримкою доповненої реальності, таких як смартфони та «розумні» окуляри, охоплення мистецтва розширюється, запрошуючи аудиторію до взаємодії з мистецтвом в інноваційний спосіб. Наприклад: «Pokemon Go» (2016). Розроблена компанією Niantic, гра «Pokemon Go» зробила революцію в іграх, накладаючи цифрових істот на реальний світ за допомогою

смартфонів, стираючи межі між віртуальним і фізичним середовищами.

Штучний інтелект (ШІ): ШІ революціонізує творчий процес, надаючи митцям можливість досліджувати нові естетичні території та розширювати межі традиційних форм мистецтва. Генеративні алгоритми, навчені на величезних масивах зображень, музики та тексту, здатні створювати оригінальні твори мистецтва, композиції та візуалізації, які кидають виклик нашим уявленням про авторство та творчість. Інструменти на основі штучного інтелекту, такі як алгоритми передачі стилю та моделі глибокого навчання, дозволяють митцям співпрацювати з машинами, створюючи твори мистецтва, що поєднують людську інтуїцію з обчислювальним інтелектом. Перетин ШІ та аудіовізуального мистецтва обіцяє переосмислити саму природу художнього вираження, пропонуючи нові погляди на людський стан і природу свідомості. Наприклад: «Сонячна весна» (2016). Цей короткометражний фільм, повністю написаний ШІ-алгоритмом на ім'я Бенджамін, демонструє потенціал ШІ як творчого інструменту, кидаючи виклик традиційним уявленням про авторство та надихаючи на співпрацю з митцями-людьми.

Інтерактивні медіа: Інтерактивність лежить в основі сучасного аудіовізуального мистецтва, запрошуючи глядачів до активної участі у творчому процесі та формування власного досвіду. Інтерактивні інсталяції, середовище, що реагує на події, та партисипативні перформанси розмивають кордони між художником та аудиторією, надаючи глядачам можливість стати співтворцями твору мистецтва. Використовуючи жестикуляційні інтерфейси, датчики біологічного зворотного зв'язку або мережеві середовища, художники досліджують інноваційні способи взаємодії з аудиторією на вісцеральному та емоційному рівні, сприяючи встановленню глибоких зв'язків і значущих переживань.

Сучасний ландшафт: По всьому світу митці, технологи та культурні інституції використовують ці нові технології та розширюють межі аудіовізуального мистецтва. Фестивалі, виставки та симпозіуми, присвячені VR, AR, AI та інтерактивним медіа, стають дедалі популярнішими, надаючи платформи для експериментів, співпраці та дискусій. Від художників-першопроходців, таких як Лорі Андерсон і Білл Віола, до молодих талантів, які досліджують межі цифрової творчості, спільнота аудіовізуального мистецтва є яскравою та різноманітною, підживлюваною духом пошуку та інновацій.

Однак, незважаючи на величезний потенціал цих новітніх технік, впровадження нових технологій в аудіовізуальне мистецтво не позбавлене викликів. Традиційні бар'єри, такі як доступ до дорогого обладнання, технічні знання та проблеми сумісності, можуть стати значними перешкодами для митців, які прагнуть дослідити ці нові кордони. Більше того, часто зустрічається опір з боку усталених інституцій та «воротарів» у світі мистецтва, які можуть не наважуватися використовувати незнайомі медіуми або порушувати існуючі парадигми. Крім того, занепокоєння щодо приватності, етики та

комерціалізації мистецтва в цифрову епоху піднімають складні питання, які потребують ретельного розгляду.

Незважаючи на ці виклики, необхідність використання нових технік і технологій в аудіовізуальному мистецтві очевидна. Використовуючи можливості віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту та інтерактивних медіа, митці можуть подолати обмеження традиційних медіа та достукатися до аудиторії у безпрецедентний спосіб. Ці технології відкривають можливості для демократизації доступу до мистецтва, дозволяючи глядачам долучатися до імерсивного досвіду з будь-якої точки світу. Наприклад, у 2020 році, під час пандемії COVID-19, коли музеї та галереї були змушені зачинити свої двері, віртуальні виставки та онлайн-платформи дозволили митцям демонструвати свої роботи та спілкуватися з аудиторією дистанційно. Аналогічно, віртуальна реальність має потенціал зробити мистецтво доступним для людей з інвалідністю, пропонуючи інклюзивний та захоплюючий досвід, який долає фізичні бар'єри.

Крім того, ці нові технології дозволяють митцям вирішувати нагальні соціальні та екологічні проблеми в інноваційний спосіб. Наприклад, у 2018 році Організація Об'єднаних Націй використовувала технологію віртуальної реальності для підвищення обізнаності про глобальну кризу біженців, переносячи глядачів у життя переміщених осіб і сприяючи емпатії та розумінню. Аналогічно, візуалізація даних на основі штучного інтелекту використовується для донесення складних наукових концепцій та екологічних даних, допомагаючи просвіщати громадськість і надихати на дії щодо зміни клімату. Використовуючи трансформаційну силу технологій, митці можуть посилити свій голос, кинути виклик конвенціям і каталізувати позитивні зміни в суспільстві. Перед обличчям викликів 21-го століття використання інновацій в аудіовізуальному мистецтві є не просто можливістю, а необхідністю.

Як показують приклади «Carne y Arena», «Pokemon Go», «Sunspring» та «Sleep No More», конвергенція нових технологій, таких як VR, AR, AI та інтерактивні медіа, відкриває безпрецедентні можливості для інновацій та творчості в сфері аудіовізуального мистецтва. Ці інструменти дозволяють митцям виходити за традиційні межі, залучати аудиторію до імерсивного досвіду та вирішувати нагальні соціальні та екологічні проблеми у нові способи. Використовуючи трансформаційну силу технологій, митці можуть посилити свій голос, кинути виклик конвенціям і сприяти емпатії та взаєморозумінню у все більш взаємопов'язаному світі.

Використані джерела:

1. Brown, A. (2022). *Augmented Reality in Contemporary Art: Exploring New Dimensions*.

2. Chen, L. (2023). Interactive Narratives: Shaping the Future of Storytelling with Media Technologies.
3. Garcia, M. (2023). Beyond Boundaries: Exploring the Intersection of Art and Technology.
4. Johnson, L. (2024). Interactive Media: Engaging Audiences in the Digital Age.
5. Lee, K. (2023). Creativity Unleashed: Artificial Intelligence and the Future of Art.
6. Martinez, E. (2022). Digital Horizons: Exploring the Convergence of Art and Technology.
7. Nguyen, T. (2024). Augmented Realms: The Impact of AR on Contemporary Art Practices.
8. Patel, S. (2022). The Art of Immersion: Understanding Virtual Reality Experiences.
9. Smith, J. (2021). The Evolution of Audiovisual Art: From Cinema to Virtual Reality.
10. Williams, R. (2021). The AI Canvas: Unleashing Creativity with Artificial Intelligence.

ЛИТВИНЮК Д.Б.

аспірант кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ВПЛИВ ФОРМАТНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА КОГНІТИВНІ ПРОЦЕСИ СПРИЙНЯТТЯ

Нас сьогоднішній день не викликає заперечення твердження, що процес сприйняття, як один з базових когнітивних процесів, має безпосередній вплив на наше розуміння світу та взаємодію з ним. Однак, можна спостерігати і зворотню взаємодію впливу формату орієнтації аудіовізуального контенту на покращення когнітивних процесів сприйняття. Зокрема це яскраво прослідковується у аудіовізуальному контенті соціальних мереж.

Серед переваг вертикально-орієнтованого контенту можна виділити:

Підвищення уваги: вертикальні відео можуть бути більш привабливими на мобільних пристроях, що підтверджується звичною відповідністю того, як ми їх тримаємо.

Підвищення залучення: повноекранний вертикальний формат може створити більш захоплюючий досвід, що веде до більшого залучення.

Швидша обробка: простіша композиція та фокус на одній темі можуть зробити інформацію легшою для обробки.

Висока запам'ятовуваність: менша область перегляду та середній темп, часто пов'язані з вертикальними відео, можуть сприяти покращенню запам'ятовуваності контенту.

Потенційні ефекти горизонтальних відео:

Більша ємність інформації: ландшафтний формат пропонує більше місця для відображення деталей та складної інформації.

Підвищення розуміння: Ширший огляд може бути корисним для демонстрації зв'язків між різними елементами у відео.

Підвищене відчуття простору: Горизонтальні відео можуть створити більш кінематографічний досвід, що веде до кращої пам'яті про просторові аспекти.

Зменшення залучення: на мобільних пристроях горизонтальні відео можуть потребувати від глядачів нахилити телефони, що може знизити початкову увагу.

Однак, не можна виключати, що в першу чергу вплив орієнтації відео на когнітивні функції значною мірою залежить від типу контенту, який презентується. Так новинні сюжети можуть вигравати від ландшафту надаючи кращого розуміння контексту подій, а демонстрації продуктів часто добре працюють у вертикальному форматі завдяки можливостям більшої деталізації та звуженого акцентування яке сприяє детальному перегляду.

Не менш важливим є першочергове розуміння звичок перегляду вашої аудиторії. Так перевага використання мобільних пристроїв чи десктопу мусить мати безпосередній вплив на вибір орієнтації аудіовізуального контенту.

Однак, незалежно від орієнтації, використання елементів розповіді, закликів до дії та інших методів залучення може поліпшити запам'ятовування контенту глядачами.

В цілому, ефективність використання вертикальної чи горизонтальної орієнтації аудіовізуального контенту залежить від різноманітних факторів, однак можна стверджувати, що на сьогодні в сумі факторів портретний формат відео сприяє покращенню когнітивних процесів сприйняття інформації у соціальних мережах.

ВПЛИВ НЕЙРОМЕРЕЖ НА ФОТО-МИСТЕЦТВО

В сучасному світі спостерігається зростаючий інтерес до технік генерації зображень за допомогою нейромереж. Можливо, в майбутньому ми побачимо все більше мистецьких творів, створених в співпраці між художниками та штучним інтелектом. Фото мистецтво відіграє важливу роль в розвитку аудіо-візуального мистецтва, це великий світ взаємодії технологій та людського бачення. Нейромережі значно вплинули на розвиток фотомистецтва, забезпечуючи нові можливості та підходи до обробки та створення фотографій.

У фотографії нейромережі можуть бути використані для автоматичної обробки та виправлення фотографій. Наприклад, вони можуть розпізнавати та видаляти шуми на зображеннях, виправляти рівень експозиції, покращувати колірну гаму і навіть автоматично кадрувати фотографії. Так наприклад у всесвітньо відомій програмі Adobe Photoshop, з'явилася функція «Генеративної заливки» Генеративна заливка — частина революційного й чарівного нового набору генеративних можливостей ШІ на базі технології Firefly, заснованого на вашій уродженій креативності, що дозволяє додавати, розширювати або видаляти вміст зі своїх зображень неруйнівним чином, використовуючи прості текстові підказки на більш ніж 100 мовах. За допомогою Генеративної заливки можна створити об'єкти, фон, розгорнути зображення, видалити об'єкти. Одним із найважливіших способів впливу ШІ на пейзажну фотографію є використання методів обчислювальної фотографії. Обчислювальна фотографія – це процес зйомки та обробки зображень за допомогою передових алгоритмів, а не покладатися виключно на апаратне забезпечення камери. Це дозволяє фотографам створювати зображення, які раніше були неможливими або надзвичайно складними. Наприклад, програмне забезпечення на базі штучного інтелекту тепер може автоматично змішувати кілька експозицій, створюючи зображення з широким динамічним діапазоном (HDR), які демонструють повний діапазон світла та деталей сцени. Це може бути особливо корисним у пейзажній фотографії, де сцени часто мають широкий діапазон рівнів освітлення, від яскравого неба до темних тіней.

DIGITALIZATION OF VISUAL ART: CURRENT TRENDS

Rapid development of digital technologies at the beginning of the 21st century has led to radical changes in all spheres of social life, including art. Implementation of digital technologies in visual art helps to overcome a number of challenges dictated by the current state of social development, in particular, the decrease in interest among the population in art, the high cost of tickets to top art events, the lack of the possibility of traveling abroad for certain groups of the population, the restriction of access to mass events due to quarantine restrictions caused by COVID-19 pandemic, military actions in certain territories, for example, in Ukraine, etc.

In addition, integration of digital technologies in classical art forms has a strong potential to engage a wider audience, particularly young people, by expanding the boundaries of visual art, creating an inclusive virtual art space accessible to anyone with a mobile phone/tablet/computer, etc.

Digitization of visual art is a multifaceted phenomenon related to the use of 3D technologies, computerization in the process of creation, demonstration of works of art. The synthesis of arts, the combination of visual arts, music, dance with the virtual environment, such as the generation of individual objects in the virtual space and its combination with the offline environment, is actively developing. In the digital environment, physical bodies are transformed into an open, flexible system that receives a variety of input data, exploring the tactile spaces between the “living” and “virtual” worlds.

We can demonstrate the above trends on the example of the performance “Amadeus (Cyberpunk Dream)”, which is a synthesis of ballet art, classical music, cyberpunk and 3D graphics, created by the Hong Kong Philharmonic Orchestra (HK Phil) and the Hong Kong Ballet (HKB) under the direction of Ahong Cheung and choreographer Septime Webre. Drawing on Hong Kong’s cyberpunk heritage, the performers showcase the city through an eclectic mix of fantastical costumes, sets and special effects. There is a combination of classical dance with virtual reality, artistic graphics. The main character interacts with both real dancers and projections of people and animals. With the help of the virtual environment, a harmonious combination of the real and the phantasmagoric is created.

Another example, unprecedented in its uniqueness, is the “Clinamen” project, the name of which is taken from Lucretius’ poem “De rerum natura” and Epicurean physics. This is the force that allows deflecting the trajectory of atoms and force them to collide with each other. Dancers also have this ability and, through this deflection of atoms, the ability to create. The

entire film is a visual expression of this phenomenon. Clinamen is a video in computer generated images, in which dance movement is expressed in its purest form. It transports us to a new vision of the Palais Garnier and a futuristic Paris, which are also completely split into atoms.

In the artistic space of Ukraine, we can turn to the work of “Kyiv Modern Ballet”. In the modern ballet “Vii” based on the novel by Mykola Hohol to the music of O. Rodin in 2019, the basis of the stage space is a huge cube, on the walls of which a video sequence corresponding to the stage actions is broadcast, as well as a projection of a huge hand, which represents higher forces, fate, rock, which have a direct impact on the events, the fate of the heroes.

Another performance, “The Little Prince”, staged by Radu Poklitaru, combined the music of 8-year-old V.A. Mozart with Ukrainian lullabies. The performance is completely based on the use of computer animation and its synthesis with material scenery and actors. What’s more, the premiere took place online live in February 2021, bringing together hundreds of viewers around the world. The author of the 3D projection (Olha Nikitina) creates a digital world that modulates the stage space and constantly transforms into fantasy images of space, stars and planets, through which the Little Prince travels, then in bad weather with lightning and rain, then into a crazy roller coaster, then in an illustration from Exupéry’s book.

Thus, digitalization of visual art has become more and more widespread both in the world and in Ukraine. It creates new opportunities for involving more people, in particular, younger generation, into different kinds of art.

НАЗАРУК Д. Р.

Кандидат мистецтвознавства Новікова Л.Є.

м. Київ (Україна)

Київський національний університет театру,
кіно і телебачення імені Івана Карпенка-Карого

ВПЛИВ ЗМІН ДО ЗАКОНУ УКРАЇНИ “ПРО РЕКЛАМУ” НА ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ В НАЦІОНАЛЬНОМУ КІНЕМАТОГРАФІ

Попри те, що в останні роки продакт-плейсмент як додатковий інструмент фінансування виробництва досить активно використовувався в українському глядацькому кіно та серіалах (трилогія “Скажене весілля”, “Dzidzio контрабас”, “Інфоголік”, “Школа”, “Секс, інста і ЗНО”) тільки 1 січня 2024 року термін “продакт-плейсмент” було закріплено в національному законодавстві.

Відповідно до змін до Закону “Про рекламу”, продакт-плейсмент (розміщення товару) є однією із форм розповсюдження реклами, коли за винагороду, зокрема, у фільм може включатися продукт певної компанії чи згадка про нього.

Ще донедавна в Україні “продакт-плейсмент” вважався тотожним поняттям до поняття “прихована реклама”. У тому ж законі “Про рекламу” визначення прихованої реклами як раніше, так і в новій редакції, є нечітким, схожим на термін “недобросовісна реклама” і зводиться до того, що це інформація про особу чи продукт, що має намір ввести реципієнта в оману. Тому стаття 13 Європейської конвенції про транскордонне телебачення та, відповідно, українське законодавство забороняє використання прихованої реклами (surreptitious advertising). Тобто довгий час продакт-плейсмент як прихована реклама вважався таким, що намагається обдурити споживача, тому використовувати його за законодавством було заборонено.

Таким чином, зважаючи на спільний інтерес компаній-рекламодавців, які були зацікавлені в промоції свого продукту, та кіновиробників, що хотіли залучити для проєктів додаткове фінансування відповідно до світової практики, зацікавленим сторонам доводилося шукати альтернативні шляхи співпраці, наприклад, спонсорство.

Зі внесенням змін до Закону розміщення товару є повністю легальною формою реклами, що може використовуватися у фільмах та серіалах. Звісно, законодавець накладає низку обмежень щодо телепрограм та категорій товарів, для яких використання продакт-плейсменту заборонене, але ці заборони є зрозумілими. Наприклад, тютюнові вироби та інші присторої для куріння, лікарські засоби та обладнання, що продаються за рецептом чи можуть використовуватися лише професіоналами, інші заборонені законом товари (азартні ігри та гральні автомати тощо). Також у Закон підкреслює, що рекламованому товару чи послугі не має бути приділено надмірної уваги, так само як і не має бути прямого заклику до купівлі продукту.

Водночас, пунктом 4 статті 5 створено простір для напрацювання профільними органами правил щодо розміщення товару, зокрема у фільмах та серіалах. Тобто можна розраховувати, що у близькій часовій перспективі буде напрацьовано низку правил щодо етичного використання продакт-плейсменту. Також варто зауважити, що з 1 січня 2025 року за порушення даного закону можна бути притягненим до відповідальності.

Отже, незважаючи на певну стагнацію української кіноіндустрії в перші місяці повномасштабного вторгнення та досі незрозумілий стан щодо державної підтримки національного кіновиробництва, як бачимо, на екранах уже почали з’являтися продукти повністю виготовлені в умовах воєнного стану (наприклад, “Перші дні”, “Перевізниця”, “Лишайся онлайн” тощо), а індустрія активно працює далі. Продакт-плейсмент, який навіть перебуваючи у “сірій зоні” викликав інтерес у продюсерів та рекламодавців, зараз має всі шанси стати широкопоширеним способом залучення фінансування для фільму чи серіалу.

МАК КАРТИ, ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ІНТРОСПЕКЦІЇ В ПОСТАНОВЦІ ЦІЛЕЙ

Артіндустрія що швидко зростає сегмент споживчого ринку. Який постійно змінюється реагуючи на потреби та виклики сьогодення.

З початком повномасштабної війни життя українців докорінно змінилося. Змінився також і контекст українського інфопростору. З'явилося багато нових факторів, які мають бути враховані під час продюсування творчих проєктів та арткураторства. Значно виросла вага соціальної ролі будь-якого проєкту. Перед автором чи авторами проєкту постають нові цілі.

Постановка цілей, формування потреб, запитів базується на власних почуттях, намірах, думках тощо. Процес який полягає в спостереженні власних психічних процесів, як метод психологічного дослідження в психології називають самоспостереження, або інтроспекція.

Інтроспекція (від лат. *introspecto* — дивлюся всередину) – метод поглибленого дослідження і пізнання психічних станів і змісту свідомості людини [1].

Інтроспекція була обґрунтована в роботах Рене Декарта, Джон Лок, Вільгельм Вундт, Э. Тітченер.

Метафоричні асоціативні карти (МАК) (OH Cards) – один з діагностичних інструментів проєктивної методики, який використовують як засіб взаємодії, інтроспекції та спостереження.

Перша колода метафоричних асоціативних карт була створена у 1975 р. Елі Раманом, канадським професором з мистецтвознавства. Спільно з психотерапевтом Джо Шліхтером були розроблені правила та принципи використання карт як психологічного інструменту [2].

Метафоричні асоціативні карти можуть використовуватись в індивідуальній та груповій роботі, в бізнес-консультуванні та інших областях психологічного консультування.

Існують також різноманітні аналітичні інструменти, що надають можливість дізнатися про сильні та слабкі сторони, зовнішні можливості й загрози, зокрема SWOT-аналіз (винайдений у Гарварді 1965 року 4 вченими: Леранедом, Крістенсенем, Ендрюсом і Гут) [3].

Використання метафоричних асоціативних карт під час проведення SWOT-аналізу можливо розглядати, як інструмент планування і розвитку особистості, так і творчого проєкту.

Проведення SWOT-аналізу полягає у виокремленні всіх чинників, які поділяють на чотири категорії:

strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості) і threats (загрози).

Сильні сторони, слабкі сторони – базуються на внутрішніх, вже наявних чинниках. Можливості та загрози – базуються на зовнішніх чинниках.

Кількість метафоричних асоціативних карт має відповідати кількості чинників в кожній категорії.

Традиційний спосіб проведення SWOT-аналізу передбачає складання списку чинників відповідно до кожної категорії. Використання метафоричних асоціативних карт під час проведення SWOT-аналізу доповнює та урізноманітнює проведення аналізу.

МАК є важливим засобом комунікації. Представлені образи стають видимою метафорою ваших цінностей, бажань, цілей.

МАК як одна з проєкційних методик допомагають висловити думки, формулювати їх і конкретизувати повідомлення. Використовувати колоди МАК можна як універсальні, так і авторські.

Метафоричні асоціативні карти (МАК) мають всі переваги проєктивних методів, створюючи атмосферу безпеки та довіри МАК сприяють запуску внутрішніх процесів та пошуку унікального шляху виходу із ситуації.

Використані джерела:

1. Енциклопедія практичної психології [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psychologis.com.ua/introspekciya.htm>
2. Блінов О.А. Київ МЕТАФОРИЧНІ АСОЦІАТИВНІ КАРТИ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД ПСИХОЛОГІЧНОЇ ХІРУРГІЇ 2015 р. [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/reader/229857210>
3. Що таке SWOT аналіз та як його коректно проводити IVAN VILCHAVSKYI 2023 [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ba.in.ua/2023/06/30/shho-take-swot-analiz-ta-yak-jogo-korrektno-provodyty/>

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ВНЕСКУ РЕГІОНІВ У РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Актуальність даного напрямку дослідження можна довести, по-перше, тим, що у сучасну епоху надзвичайних трансформацій і глобалізації багато вчених визнають, що креативні індустрії рухають новою економікою. По-друге, виклики та потрясіння, що постають перед Україною обумовлюють пошук нових, більш гнучких способів розвитку бізнесу, створення робочих місць, підвищення рівня якості життя населення тощо. Досвід розвинених країн показує значне зростання ВВП та рівня зайнятості у креативних секторах економіки, що сприяє пожвавленню та просуванню міст, зростанню урбанізації, залученню інвестицій, які вкрай необхідні як в період війни, так і в мирні часи. Результати дисертаційного дослідження, в межах якого сформовано тези доповіді, дозволяють стверджувати, що креативні індустрії істотно впливають на економічний розвиток завдяки реалізації нової концепції економічного зростання. Крім того, креативні індустрії є одним з небагатьох секторів економіки, в яких очікується динамічний розвиток у майбутньому [1].

Беручи до уваги зростаючий інтерес до креативного сектору економіки, як науки, так і прикладних сфер діяльності, а також покладаючись на той факт, що ця категорія з'явилась відносно недавно, виникає необхідність у пошуку дієвого науково-методичного інструментарію оцінки внеску регіонів у розвиток креативної економіки України, що відбиває мету цього дослідження.

Як показав аналіз наявного наукового доробку за зазначеною тематикою, пряме перенесення методики Р. Флориди для дослідження вітчизняних регіонів за рівнем креативності є неможливим, оскільки за низкою найважливіших показників моніторинг у нашій країні не ведеться (рівень толерантності регіональних спільнот, можливість самовираження і т. і.). Крім того, КВЕДи не завжди можна згрупувати у 12 секторів креативних індустрій, оскільки рівень деталізації КВЕД не дає змогу охопити й врахувати секторальну специфіку. Народні художні промисли, мода, музична індустрія, візуальне мистецтво мають обмежену кореляцію з кодами КВЕД, тому показники цих секторів складно обчислити за даними Державної служби статистики України.

Крім того, наразі відсутня уніфікована методика оцінки розвитку креативної економіки регіонів України, як і не має методики, яка б давала відповідь на питання «Який внесок робить регіон у кінцевий результат діяльності креативного сектору по країні?».

З огляду на що вважаємо доцільним, при оцінці внеску креативного сектору регіонів у розвиток креативної економіки України спиратися на комбінаторний (комплексний) підхід, оскільки попередні дослідження різних авторів мають цінні висновки й повинні бути враховані [2; 3, С. 182; 4, С. 60].

Крім того, вважаємо доцільним, при оцінці зосередити увагу на тих показниках, які б значною мірою відбивали ефективність від креативності. Для цього, на наше переконання варто скористатися матричним методом, перевага якого полягає у простоті, універсальності, що робить його доступним для використання не фахівцями, об'єктивності, оскільки при побудові матриці використовуються офіційні дані Державної служби статистики України. Наявність значної кількості переваг пояснює популярність матричного методу, тому його активно використовують українські вчені [5, С. 51-55; 6].

Однак не зважаючи на розповсюдженість матричного методу, він має ряд недоліків, серед яких: спрощення оцінки, яка не враховує багато факторів, що можуть впливати на кінцевий результат. З огляду на що, необхідно провести додатково оцінку факторів на засадах експертної оцінки. Таким чином, структура методики оцінки внеску регіонів у розвиток креативної економіки України матиме наступний вигляд (рис. 1).

ПОПОВ І. М.

м. Харків (Україна)

викладач кафедри АВМ

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ В ФОРМАТІ ОНЛАЙН ОСНОВ ЗВУКОРЕЖИСУРИ ТА АУДИОДИЗАЙНУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Сьогодні, коли Харків є прифронтовим містом, у вищій освіті особливо гостро виникає проблема онлайн-викладання практичних дисциплін студентам спеціальності 021 «Аудіовізуальне мистецтво». Серед них і такі дисципліни як «Звукорежисура» та «Саунддизайн», які є суто практичними дисциплінами. Через це підходи до викладання потребують суттєвих змін, порівняно з викладанням в офлайн-форматі у мирні часи.

Сучасний тематичний план дисциплін складається з таких компонентів, як: «Теорія звуку для студентів спеціальності 021» (ДЗ 2) та потребує детального опрацювання матеріалу з кожним студентом у форматі індивідуальної роботи. Студенти вивчають роботу з мікрофонами (наявність та переваги); враховується наявність безкоштовного та зрозумілого для студентів спеціальності 021 аудіо-редактора. Вивчаються переваги аудіо-редактора Audacity; обладнання звуковідтворення для онлайн викладання (акустичні

монітори та навушники). Приділяється увага щодо наявності музичної освіти студентів. Домашні умови («тиха кімната») у військовий час також можуть бути різними, що, у свою чергу, позначається на якості опрацювання теми. Викладач неодмінно повинен зважати на ці фактори.

Система домашніх завдань будується таким чином, що кожне наступне домашнє завдання виходить з попереднього. Вивчається голос з первинною обробкою; презентація з фоновою музикою; «байки» – голоси, фоновий арт шум, музика та мікшування звукових ефектів з інтернету. Самотужки здійснюється запис арт шумів та інших звукових ефектів. Розкривається теорія звука. Пишуться реферати про аудіо дизайн в різноманітних медіа-проектах: кіно, театр, телебачення, відеоіграх, музиці і т.д.

Таким чином, програма побудована за схемою «від простого до складного», максимально зважаючи на технічні складнощі з боку аудиторії студентства, та зважаючи на те, що викладання повинно бути максимально персоніфіковане, індивідуальне.

У доповіді ми розкриваємо результативність таких методів викладання.

ПРИСЯЖНЕНКО О. В.

викладач кафедри візуальних практик

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну та мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО ВІДЕОМОНТАЖУ У ВІДЕО-АРТІ

Напрямок відео-арту є важливим у сучасному мистецтві, оскільки він поєднує в собі елементи кіно та види візуального мистецтва, створюючи новий спосіб виразності та сприйняття. Український відео-арт має свої характерні риси, які відображають українську культуру, історію та сучасність. Відео-арт українських митців використовується для висвітлення соціальних проблем, політичних подій, ідентичності та культурної спадщини. Український відео-арт у напрямку мистецтва розвивається, привертаючи увагу як в Україні, так і за її межами. Його характерні риси та унікальний погляд на світ роблять його важливим аспектом сучасної мистецької культури у світі.

Об'єктом дослідження відео-арту є напрямок у сучасному мистецтві який включає відеомонтаж, та поєднує у собі різноманітні жанри та підходи. Зокрема можна поділити на деякі основні види жанрів відео-арту.

Експериментальний відео-арт — жанр відео-арту який характеризується експериментами з формою, кольором, текстурою та звуком. Митці використовують різні техніки та технології для створення унікальних візуальних ефектів.

Документальний відео-арт — використовується для документування реальних

подій, історичних фактів, соціальних проблем та культурних аспектів. Він поєднує в собі елементи документального кіно та візуального мистецтва.

Абстрактний відео-арт — жанр який характеризується своїм різноманіттям використання абстрактних форм, кольорів та текстур для створення візуально захоплюючих, емоційно навантажених творів.

Значною відмінністю відео-арту від кінематографу є нескінченність аудіовізуального зображення. Кіно виявляє частіше певну послідовність окремо взятих частин кадрів, якщо зануритись до відео, то можна прослідкувати неперервність лінії фіксації дій у реальному часі. Як основа для відео-арту, де сценарна, драматургічна частина не обов'язкова складова. Відео-арт можна віднести до окремих рухомих картин направлених на безсюжетність, скоріш на передачу філософських, ідеологічних, естетичних форм мистецтва. Так званих меседжів — провокаційних, безпосередніх, найбільш глибоких та гострих, спрямованих індивідуально до глядача.

Основна відмінність відео-арту полягає у способі використання різних медіа цифрових технологій. Медіа-мистецтво може включати в себе широкий спектр технічних засобів обладнання — медіа-технологій, таких як комп'ютерна графіка, інтерактивні інсталяції, аудіовізуальні перформанси та інше, тоді як відео-арт фокусується на використанні саме відео як основного медіуму.

Поняттями в напрямку монтажу відео-арту є експеримент, новаторство, поєднання та використання технологій, створення емоційно заряджених та поглиблених вражень у глядача, а також пошук нових способів виразності у об'єднанні рухомих зображень, звуку та інших елементів медіа. Можна дослідити відмінності, особливості відеомонтажу відео-арту, різницю між кіновідеомонтажем у виробництві фільмів. Відео-арт використовує монтаж, як один з основних засобів виразності та створення візуальних образів. Основні риси полягають в створенні абстрактних, експериментальних та емоційно насичених образів, а не для розповіді конкретної історії.

Відео-арт відрізняється від звичайного кіно або телебачення своєю експериментальністю та художнім підходом до відеомонтажу. Можна виділити деякі особливості монтажу. Нестандартний відеомонтаж можна відзначити експерименти з часом — відео-арт частіше використовує нестандартні підходи до часу та його сприйняття. Це може бути уповільнення, прискорення, зациклення та інші техніки, які дозволяють створити особливий ритм та емоційну напругу. Такі як: швидкі зміни кадрів, розриви у часі, змішування різних типів кадрів. Наприклад, анімація разом з документальними зйомками.

Звуковий монтаж, або використання музики, синхронізації відео зі звуковим супроводом або музикою. Це може бути важливим елементом у створенні атмосфери та передачі емоцій. Або повністю відсутнім звуком для створення занурення тільки

у візуальні зображення. Ефекти та фільтри часто використовуються для створення загальної образної системи, щоб передати атмосферу, підкреслити емоційний стан у глядача. Також використовують розмиття, насиченість кольору, графічні елементи тощо. Метафоричний монтаж у відео-арті використовується як абстрактна та символічна форма, яка відтворює образи, метафори, що дозволяють митцям створювати багатогранні аудіовізуальні картини, надавати їм різноманітні значення. Нестандартна структура монтажу у відео-арті — це відсутність сюжету, послідовності дії, що дозволяє досліджувати нові способи розповідання історій.

У виробництві кінофільмів монтаж також є важливим елементом, але він зазвичай використовується для розповіді конкретної історії та передачі інформації глядачеві. Кожна сцена має свою функцію у розвитку сюжету, а монтаж служить для з'єднання цих сцен у логічну послідовність. У виробництві кінофільмів також дуже важливий звуковий монтаж, але його функція зазвичай полягає у підсиленні драматичної напруги, створенні атмосфери та передачі діалогів.

Режисер вдивлявся в документальний матеріал, щоб вивести назовні сховані в ньому самому ознаки. І кадри впливають! Можливості монтажу формувати певний характер подій, а потім і сюжету в цілому, можна розглядати до нескінченності. Проте, не демонстрація різних прийомів зараз важлива. Наведені приклади свідчать, насамперед, про те, що обрані авторами принципи членування активно впливають на сутність зображуваного. [2].

Різниця між відеомонтажем у відео-арті, та кінофільмами полягає у способах використання монтажу для досягнення різних цілей — емоційної виразності, абстракції у випадку відео-арту, та розповідей інформативних історій у кіно фільмах.

Підводячи підсумок можна зазначити, що відео-арт поєднує в собі елементи кіно та відео-арту. У цілому мета у монтажі відео-арту є одним із ключових елементів, який допомагає створити митцям унікальну художню атмосферу, передати задуману концепцію та ідею глядачеві. Такий підхід може дозволити створити новий контекст для розуміння реальності та стимулювати глядача до роздумів.

Основна особливість відео-арту полягає в тому, що митець використовує відеомонтаж у поєднанні з цифровими технологіями та техніку для вираження своїх власних ідей, та концепцій. За допомогою відеомонтажу митці візуалізують різноманітні аудіовізуальні форми у вигляді віртуальної реальності, абстракцій, експериментального кіно, інсталяцій та багатоканальних проєкцій. Відео-арт також може поєднувати в собі різні медіа, такі як музика, танець, поезія, комп'ютерна графіка тощо.

Поширення в Україні напрямів сучасного аудіовізуального виставкового мистецтва є головною метою з покращення якості до світового рівня таких музеїв сучасного мистецтва, де головним є відео-арт. Такі установи активно працюють над збереженням

та популяризацією цього виду мистецтва. Наприклад, Tate Modern у Лондоні, Музей сучасного мистецтва у Нью-Йорку (МоМА), Centre Pompidou у Парижі, Guggenheim Museum у Більбао та багато інших музеїв у всьому світі. Ці установи також проводять виставки, фестивалі та публічні програми для популяризації відео-арту серед широкої глядацької аудиторії.

Список використаних джерел:

- 1.Зубавіна І. Б. Кінематограф незалежної України: тенденції, фільми, постаті / Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. — К.: ФЕНІКС, 2007. — 296 с.: іл. ISBN 978-966-651-773-2
- 2.Горпенко, В. Г. Архітектоніка фільму: Режисерські засоби і способи формування структури екранного видовища: Монографія. — К.: ДІТМ, 2000. — 145 с. ISBN 966-7435-53-9
- 3.Rabiger, Michael. "Directing The Documentary" fourth edition. Boston: Focal Press. An imprint of Elsevier. MA01803, USA, 2004. ISBN 0-240-80608-5
- 4.Barbara London. "Video/Art: The First Fifty Years". Phaidon press, 2021. Pages 280pp.: 75 illustration. ISBN 9781838663582
5. Stuart Comer. "Film and Video Art". London: Tate Publishing press, 2008. Pages 160pp.: 80 illustration. ISBN 9781854376077

РЯБУХІНА Д. О.

м. Харків (Україна)

студентка 1 курсу ОП «Реклама та відеоарт»,
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Керівник – доц., канд. мист. – Курінна Г.

СУЧАСНЕ УКРАЇНСЬКЕ КОРОТКОМЕТРАЖНЕ КІНО: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

Сучасна українська кіноіндустрія постійно вдосконалюється та еволюціонує, відтворюючи соціокультурні та політичні реалії країни. У цьому контексті особливе місце посідає жанр короткометражного кіно, який надає можливість авторам висловити свої ідеї та бачення швидко та ефективно. Один із яскравих прикладів – фільм Д. Авдєєва «Дорога додому».

Тема війни завжди була актуальною для українського кіно. Зокрема, після подій 2014 р., війна на сході України стала важливим аспектом не лише соціального життя країни, а й культурної сфери. Фільми про війну стали важливим інструментом висвітлення

подій та відображення внутрішніх страждань та болю українського суспільства.

Сьогодні українське короткометражне кіно стикається з численними викликами. Зокрема, фінансування, доступ до ринку та конкуренція з іноземними продукціями залишаються серйозними перешкодами для розвитку цього жанру. Однак, завдяки талановитим режисерам та сценаристам, українське короткометражне кіно продовжує показувати високий рівень творчості та професіоналізму.

У доповіді ми розкриємо художні прийоми та інновації; аналіз стилістичних прийомів та технік, які використовуються в українському короткометражному кіно, зокрема в фільмі «Дорога додому».

РЯБІНІНА К. О.,

Студентка кафедри Аудіовізуального мистецтва
Харківської державної академії дизайну і мистецтв.

Науковий керівник – доктор філософії,
доцент кафедри аудіовізуального мистецтва

ШАУЛІС К. К.

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

АРТ РЕЗИДЕНЦІЯ, ЯК ПЕРСПЕКТИВА БЕЗПЕРЕШКОДНОГО ТВОРІННЯ

Open call – у перекладі з англ. відкритий конкурс - це можливість для зацікавленого митця взяти участь у запропонованій програмі та висловити своє бачення на відповідну тему. Однією з цілей куратора конкурсу є пошук талановитих митців, чия творчість відповідає меті та інтересам програми. Такі конкурси дають можливість мистцям проявити себе, знайти нові майданчики для презентації своєї творчості, або спробувати поекспериментувати з новими змістами і формами.

Open call також гарна можливість для творчих особистостей, представити своє мистецтво, розпочати кар'єру для початківців, познайомитися з креативною спільнотою, зарекомендувати себе.

У сучасній мистецькій площині відзначимо open call на участь у резиденції - як змога для митців ізолювано створювати твори, із чітко зазначеними критеріями відбору - одні з них - матеріали (дерево, метал, фарби і тд) для авторів. Наприклад, на резиденції ART KUZEMYN, яка відбувається у невеликому селі Сумської області Куземин [6], митцю Костянтину Зоркіну необхідно було дерево для виготовлення скульптур, а Олегу Калашнику - метал, у той час, Олексію Яловега - цегла для створення печі. Унікальність

арт резиденцій полягає у забезпеченні необхідними засобами митців, наприклад, художніми інструментами, проживанням, відшкодування витрат на проїзд, доступом до безперешкодного творіння, створенням спільноти однодумців для обміну ідеями та концепціями, щоб втілити певні види робіт за допомогою різних форм мистецьких досліджень. Організатори надають умови для своїх учасників, наприклад резиденція “Вибачте номерів немає” пропонує безкоштовний проїзд, харчування, проживання, а матеріали та всі інші потенційні витрати покриває резидент [4].

Виняткова платформа для розвитку та вдосконалення навичок, так у рамках програми міжнародних резиденцій House of Europe була запланована хвиля open calls для арт-менеджерів, кураторів та дослідників [2].

Резиденція триває визначений проміжок часу, може пропонувати фінансову винагороду наприкінці, встановлює обмежену кількість учасників. Так, Sorry No Rooms Available продовжується місяць (можливо довше або коротше) [4], у той час, як резиденція ART KUZEMYN має фіксований термін у три тижні [6].

Програма резиденцій часто надає час, простір і професійну підтримку у роботі, рефлексіях, дослідженнях, продукуванні та експериментуванні. Професійна підтримка може включати технічне забезпечення, допомогу в пошуках ресурсів та подорожуванні. Так, у селі Музичі Київської області арт-резиденція «Розширена історія Музичів» метою проєкту стало розширення історії села. А Sorry No Rooms Available сприяє мистецькому дослідженню та створює умови для спілкування митців із культурною сценою Ужгорода та Закарпатської області. Очікується, що резидент здійснить хоча б один спеціальний проєкт в Ужгороді чи області. Проєкт може відображати сам готель, його територію, історію тощо [4]. А результатом спільної роботи резиденції ART KUZEMYN стане лялькова вистава, прем'єра якої відбудеться в селищній громаді, а згодом – Харкові. Імерсивність, спільна робота митців та акторів, майстер-класи для дітей, прем'єра вистави для місцевих жителів – все це має об'єднати навколо цікавого спільного проєкту.

В Україні підтримкою арт-проєктів займається Український культурний Фонд (з 2019 року відкрито програма фінансування арт-резиденцій), Спільнокошт (краудфандінгова ініціатива), міжнародний центр Culture Bridges, громадські організації та приватні меценати [3; 1].

Для участі у резиденції необхідно заповнити аплікаційну форму за відповідним посиланням або безпосередньо на сайті та надіслати своє портфоліо на вказану електронну адресу.

Список використаних джерел:

Можливості для художників і діячів культури у воєнний час. <https://supportyourart.com/news/mozhlyvosti-dlya-hudozhnykiv-yak-svit-pidtrymuye-mystecztvo-ukrayiny-pidchas-vijny/>

Можливості для українців від країн ЄС. House of Europe.

<https://kyiv.gallery/statii/art-resydentsii-navisho-potribni-iaki-buvaiut-iak-vybraty>

<https://www.transartists.org/en/air/sorry-no-rooms-available>

<https://supportyourart.com/columns/online-residency/>

<https://www.facebook.com/artkuzemyn/>

СІКАЛОВ І. А.

викладач кафедри Аудіовізуального мистецтва
Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВИХ ФЕСТИВАЛІВ ВІДЕОПРОЕКЦІЙНОГО МИСТЕЦТВА

Технології повсякчасно впливають на кожен аспект життя людини: від спілкування до розваг. Вони продовжують розвиватися та змінюватися щодня завдяки інноваційним розробкам [6]. Інноваційний процес не став виключенням для й івент-індустрії, де нові технології стають все доступнішими і ті івен-компанії, які швидко адаптуються в цієї галузі мають більші шанси наблизитися до своїх клієнтів і зробити незабутніми свої проекти.

Мета даної статті проаналізувати досвід фестивалів відеопроєкційного мистецтва, які вражають публіку новинками та досягненнями сучасності, та виявити наявні закономірності розгортання та проведення їх в урбанізованому середовищі.

Фестивалі, як форма культури, є невід'ємною частиною майже кожного суспільства: вони водночас є і відступом від соціальних норм, і засобом для святкування та кодифікації культури [5]. Окрему нішу у видовищності зайняли фестивалі відеопроєкційного мистецтва, завдяки інноваційним технологіям, які перетворюють різноманітні інсталяції, архітектурні ансамблі, промислові й побутові споруди, будівлі сучасності та історичної спадщини на полотно для представлення творчості цифрових художників та креативних івент-колективів.

Найстарішим фестивалем відеопроєкційного мистецтва є міжнародна подія Fete des Lumieres (Франція, м. Ліон), у 1852 році - встановлення статуї Діви Марії. Жителі міста спонтанно поставили запалені свічки на підвіконнях і балконах, і це дало поштовх до формування традиції. Статуя, яка і зараз є центром фестивалю Fete des Lumieres,. Протягом фестивалю завдяки творінням художників, найкрасивіші будівлі Ліона служать фоном для масштабних інсталяцій. Під час фестивалю у 2021 р. французькі дизайнери Жеремі Белло та Жослен Фуше із компанії AV Extended здійснили проєкцію на Собор Святого Жана за спонсорства ощадного банку Rhône-Alpes.

Фестиваль Live Performance Meeting (Італія, м. Рим) – це унікальне творче середовище, яке характеризується гнучкістю програм, у галузі живого візуального мистецтва з найновішими технологіями. Робота одних зі фіналістів фестивалю Live Performance Meeting – інсталяція «Сакральна геометрія» від VJ Eletroiman, Chema, Vigas із Darklight Studio (м. Барселона, Іспанія). Її концепції «Двері часу», це подорож до стародавніх культур, а наратив проєкції працює з концепція наповнена символікою та елементами культур та працює з традиційними знаннями, філософією окультизму та сакральною геометрією [8].

Організація PPING щорічну з 2005 року організовує подію Mapping Festival (Швейцарія, м. Женева) де представляє виставки, інсталяції, перформанси, а також конференції та майстер-класи [10]. Мета фестивалю – популяризувати аудіовізуальні, технологічні та міждисциплінарні мистецтва у франкомовній частині Швейцарії та зробити їх відомими на міжнародному рівні. Митці з усього світу представляють свої роботи, а глядачі мають змогу відкривати, експериментувати та відчувати роботи, які пропонують нові модальності сприйняття, і завдяки інтерактивній складовій технологічного мистецтва публіка часто стає учасником.

Щороку восени, завдячуючи Berlin festival of lights (Німеччина, м. Берлін), місто стає центром світлового мистецтва, адже постановки на всесвітньо відомих пам'ятках, пам'ятниках, будівлях і площах столиці Німеччини роблять фестиваль однією із найпопулярніших подій світлового мистецтва у світі [11].

Із 2006 року одна із найбільш інноваційних у світі подія світлового мистецтва – фестиваль GLOW (Нідерланди, м. Ейндховен). Фестиваль відомий своєю потужною синергією між цифровими художниками, технологічною спільнотою, інноваційними компаніями та владою міста [12]. У 2018 році під час фестивалю на стінах католицької церкви Святої Катерини представили свою роботу художники Нуно Майя та Керол Пурнелле. Під час пандемії COVID-19 у 2020 р. GLOW здивував усіх; репрезентувавши фестиваль в мережі Інтернет та ставши подією «залишаючись вдома». А вже у 2021 р. фестиваль відбувався у чотирьох окремих локаціях міста: кожна з обраних територій має особливу ідентичність – архітектуру, історію, людей, характер – що дозволяє робити речі, які неможливо зробити в іншому місці міста.

Digital Graffiti – унікальний фестиваль відеопроєкційного мистецтва в маленькому курортному містечку Еліс-Біч в США із 2007 року. Майстри використовують новітні цифрові технології, щоб проєктувати свої оригінальні роботи на знакові білі стіни міста [9].

Щорічна подія Vivid Sydney (Австралія, м. Сідней). Під час фестивалю у 2022 році на стінах Сіднейської Опери було анімовано картину «Ярркальпа – Мисливське угіддя» створену аборигенами із корінного племені Марту [14].

iMapp Bucharest (Румунія, м. Бухарест). На фестивалі найкращі мультимедійні художники світу представляють свої твори на фасаді Палацу Парламенту площею 23 000 кв.м. У 2020 р. iMapp Bucharest запустив міжнародну кампанію солідарності «Один світ. Одне серце» і був оголошений переможцем у категорії «AV IN ACTION» на AV AWARDS Awards на відомому міжнародному конкурсі, який визначає та винагороджує досконалість у всій індустрії, організований AV Magazine з Великобританії. Кожна проєкція триває 3 хвилини і використовує вражаючу роздільну здатність 8K [13].

В Україні, в Києві у 2017 році, слідуючи світовим світловим тенденціям започаткували Kyiv Light Fest [15]. Приголомшливі можливості новітніх технологій перетворили місто на відкриту арт-галерею із світловими скульптурами, інсталяціями та проєкціями. Відкривав Kyiv Lights Festival запуск космічного «Променю мрій». Будівля Київської міської державної адміністрації перетворилася на велетенський екран для демонстрації світлових шоу 3D-відеомапінгу. Перші шість хвилин глядачі спостерігали як дитячі малюнки з доповненою реальністю злітають до зірок. Весь твір було створено на основі малюнків дітей, зібраних з усієї України в турі #моядитячамрія. Автори – майстерня відеопродакшену SKILZ та команда художників, що доповнювали реальність 3D-мапінгу — Live Animation. Одночасно із запуском кольорового променя у Києві, — на Львівщині відправили закодовані в спеціальний радіосигнал малюнки дітей з антени найбільшого радіотелескопа в Україні. Партнером став Національний центр управління та випробувань космічних засобів. Однією з найяскравіших подій фестивалю став міжнародний конкурс з 3D відеомапінгу. Медіа-художники з різних країн перетворили фасад будівлі Київської міської державної адміністрації на величезний екран з відеопроєкціями.

Фестивалі відеопроєкційного мистецтва вдало розгортаються як в історичному середовищі, яке має багату пластично класичну архітектуру, так і в оточенні сучасної архітектури, яке до не впізнаваності змінюється під час світлових проєкцій. Проєкційне відображення, ключова технологія, яка привертає більше уваги до інсталяцій на світлових фестивалів, також оживляє та переосмислює монументальність у міських просторах, утворюючи тактильний інтерфейс між матеріальною архітектурою міста та світловою проєкцією.

Список використаних джерел:

Брик, В., & Чоп, Т. (2019, 4–5 грудня). Філософія дозвілля в нову епоху. В Філософські виміри техніки [Матеріали конференції] (с. 34–35). Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Габрель Т. М. Історія становлення віджеїнгу як жанру сучасного медіа-мистецтва. Art and Design. 2022. № 1 (17).

Гончар О. В., Кривуц С. В. Інноваційні засоби створення дизайну 3d відеомепінга. Культурологічний альманах. 2018. Вип. 9.

виміри техніки [Матеріали конференції] (с. 34–35). Тернопільський національний

Cudny W. The Phenomenon of Festivals: Their Origins, Evolution, and Classifications. Anthropolos. 2014. № 2. P. 640-656.

Kumar, S., Kartikey, D., & Singh, T. (2021). Impact of technology on various aspects of human life during Covid-19 pandemic: a survey. Journal of Psychosocial Research, 16(1), 127–142

Кліщ О. А. Особливості використання світлових проєкцій на об'єктах міського середовища. Вісник Одеської державної академії будівництва та архітектури. 2014. Вип. 54.

Ofitsijnyj sajт «AVnode» [Site «AVnode»]. URL: <https://avnode.net/>

Офіційний сайт «Digital Graffiti». URL: <https://digitalgraffiti.com/>

Офіційний сайт «Mapping Festival». URL: <https://mappingfestival.com/>

Офіційний сайт «Festival of Lights». URL: <https://festival-of-lights.de/>

Офіційний сайт «Glow Festival». URL: <https://www.gloweindhoven.nl/en>

Офіційний сайт «IMapp Festival». URL: <https://www.imapp.ro/>

Офіційний сайт «Vivid Sydney» [Site «Vivid Sydney»]. URL: <https://www.vividsydney.com/>

Офіційний сайт «Kyiv Lights Festival». URL: <https://www.kyivlights.com/>

СОЛТИС С. А.

Студентка кафедри Аудіовізуального мистецтва
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
Керівник – Сікалов Ігор Андрійович

ОГЛЯД СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ПРОВЕДЕННЯ ЗАХОДІВ У VR-ПРОСТОРИ

Пандемія і війна внесла свої зміни у індустрію івентів. На ринку виріс запит на проведення онлайн заходів, до чого індустрія ще не була повністю адаптована. Але нові обставини - диктують нові правила. Тому в даній роботі було проаналізовано один з вражаючих та набираючих оберти інструментів для реалізації онлайн заходів на 2024 рік. На меті аналізу виявлення ефективних рішень інтеграції VR-технологій у онлайн заходи.

На прикладі фестивалю SXSW Online XR 2021 ми розберемо можливості інтеграції VR-технологій у проєкт, який до цього існував лише в офлайн форматі.

SXSW Online 2021 - це онлайн-версія щорічного фестивалю South by Southwest, який зазвичай проходить у місті Остін, штат Техас, США. Цей фестиваль включає в себе конференції, панельні дискусії, музичні виступи, кінопокази та інші події, що охоплюють такі галузі, як технології, музика, кіно, мистецтво та бізнес.

У зв'язку з пандемією COVID-19, SXSW 2021 відбувся онлайн з 16 по 20 березня 2021 року. Віртуальна платформа SXSW Online надала можливість учасникам з усього світу приєднатися до заходу.

Деякі події були віртуалізовані за допомогою VR-технологій, які дозволили учасникам досліджувати події у віртуальній реальності, використовуючи VR-гарнітуру.

VR-інтерактиви фестивалю SXSW 2021

Виставки інтерактивного мистецтва:

Учасники могли вільно переміщатися в межах віртуального світу, досліджуючи різні виставкові зони, відвідуючи стенди компаній та організацій, а також відкриваючи нові різноманітні місця.

Учасники могли взаємодіяти з віртуальними об'єктами. Наприклад, вони могли переглядати 3D-моделі продуктів, обертати чи збільшувати їх, а також запускати демонстрації.

Учасники могли спілкуватися з іншими учасниками за допомогою чатів, голосової та відео-комунікації. Вони також могли об'єднуватися в групи або відвідувати спільні зали для спільних обговорень чи діяльності.

Учасники могли відвідувати віртуальні презентації, де спікери та експерти представляли свої ідеї, продукти або послуги. Це дозволяло їм взаємодіяти з спікерами, ставити запитання та обговорювати теми заходу.

Деякі виставкові стенди або зони містили елементи віртуальних експериментів або інтерактивних досліджень, де глядачі могли взяти участь у різних випробуваннях, тестах або іграх, щоб досліджувати певні концепції або технології.

Концерти:

Деякі концерти супроводжувалися візуальними ефектами та анімаціями, які дозволяли створювати захоплюючий та імерсивний досвід для глядачів. Це включало в себе відображення відео, анімацій та інших візуальних елементів під час виступу.

Учасники могли спілкуватися між собою під час концертів через чат або голосову комунікацію.

Деякі концерти містили інтерактивні елементи, такі як голосування, анкети чи інші взаємодії.

Кінопокази та віртуальні кінотеатри:

Взаємодія з віртуальним кінозалом надавала можливість погруження у віртуальний світ та переживання кінопоказу в імерсійному форматі.

Учасники могли долучитися до кінопоказу разом з друзями, що додавало до враження спільного перегляду фільмів навіть у віддаленому форматі.

У віртуальних кінозалах також були доступні функції чату та голосової комунікації, що дозволяло глядачам обмінюватися враженнями та думками під час перегляду фільму.

Вплив VR формату заходів на глядача:

Імерсія: VR дозволяє глядачам повністю погрузитися у віртуальне середовище, що створює відчуття присутності та реалізму.

Персоналізація: Глядачі можуть вибирати власні шляхи, взаємодіяти з віртуальними об'єктами, що дозволяє кожному учаснику створити свій власний унікальний досвід.

Доступність: VR може надати можливість доступу до заходів та досвіду для людей, які не можуть фізично бути присутні на місці події через різні

VR-платформи

Окрім власної розробки і створення серверу на сьогодні, також існують наступні платформи для реалізації VR-заходів:

AltspaceVR: дозволяє користувачам приєднуватися та взаємодіяти у віртуальних просторах. Вона підтримує віртуальні конференції, панельні дискусії, концерти та інші події.

VirBELA: надає можливість створення власного віртуального простору для подій, конференцій, навчання та спілкування.

Mozilla Hubs: платформа для віртуальних зустрічей та подій, яка працює в браузері. Вона дозволяє створювати власні віртуальні простори та запрошувати учасників.

vFairs: платформа для проведення віртуальних виставок та конференцій. Вона дозволяє створювати віртуальні стенди, проводити вебінари та спілкуватися з учасниками.

Remo: надає можливість створювати віртуальні конференції та відображати групові чати.

- Література:
- Oncyber.io
- The Verge.com
- Wired.com
- Variety.com
- Redit.com

ТІМЧЕНКО Є. Р.

Студентка кафедри Аудіовізуального мистецтва
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
Науковий керівник – доцент, кандидат мистецтвознавства
Курінна Г. В.

НА ЗЛАМІ: НЕЛІНІЙНА СТРУКТУРА В СУЧАСНОМУ АУДІОВІДУАЛЬНОМУ ТВОРІ

Класичний кіносценарій має тряхактну структуру. Чітка лінійна структура допомагає автору виразно й послідовно викласти історію, не заплутатися в сценах і персонажах і вибудувати логіку розвитку дії і поведінки героїв. Ця структура є універсальною і підходить для фільму будь-якого жанру. Однак, митці повсяк час тяжіють і до нелінійної структури. Саме така структура дає найбільшу можливість для експериментів та несподіваних сюжетних поворотів, що дозволяє отримати цікавий результат.

Зокрема, у доповіді ми представляємо приклад нелінійної структури у науково-фантастичних фільмах «Інтерстеллар» (сценаристи – К. Нолан та Дж. Нолан) та «Прибуття» (за новелою «Історія твого життя» Т. Чана). В «Інтерстеллар» разом з лінійною побудовою, на нашу думку, використовується інструмент нелінійності: на початку (у першому акті кінокартини) ми бачимо момент, що відбувається ближче до кінця фільму (у третьому акті). Саме цей фрагмент є головним рушієм всього сюжету. У стрічці «Прибуття» ми бачимо яскравий приклад нелінійної структури.

У доповіді ми робимо драматургічний аналіз цих стрічок.

ТОКАРЕНКО Б.В.

студент 4 курсу ОП «Продюсування та арткураторство»
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
Науковий керівник – доцент, кандидат мистецтвознавства Г. Курінна

АРТ-КУРАТОРСТВО: ПРОБЛЕМИ МОВНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ГАЛУЗІ

Арт-кураторство, як молода дисципліна, представляє собою значний інтерес для наукового співтовариства, особливо в контексті сучасних мистецьких та культурних практик. Саме тому виникає необхідність розвитку академічного підходу до вивчення арт-кураторства та формування теоретичної бази для подальшого розвитку цієї

професійної сфери.

Актуальність даного дослідження полягає в необхідності визначення потенціалу арт-кураторства як об'єкта наукових пошуків та його вплив на сучасне мистецтво. Це передбачає системний аналіз існуючих досліджень, виявлення їх основних напрямків та створення загальної репрезентації концепцій провідних фахівців.

Розвиток академічного підходу до арт-кураторства дозволить уникнути фрагментації знань у цій сфері та сприятиме формуванню єдиної методології досліджень. Дослідження в галузі арт-кураторства важливе не лише для розуміння його історії та теорії, але й для впровадження нових підходів та стратегій у практику. Формування наукового підходу до арт-кураторства стане фундаментом для подальшого розвитку цієї професії.

Поглиблення досліджень в цій області сприятиме розвитку нових теорій, методів та практичних інструментів, що відкриє нові можливості для розкриття потенціалу мистецтва та культури. Отже, академічний підхід до вивчення арт-кураторства виступає як стратегічний крок у напрямку розвитку цієї професійної сфери, який має велике значення як для наукової спільноти, так і для самої арт-кураторської практики.

Вважаємо, що формування мовно-понятійного апарату у галузі арт-кураторства виходить за межі простого вирішення комунікативних завдань. Уточнення термінології та концепцій є важливим кроком для систематизації знань та встановлення єдиної мови спілкування серед фахівців. Обґрунтування цієї необхідності полягає у тому, що відсутність стандартів термінології ускладнює обмін знаннями та наукову діяльність у сфері арт-кураторства. Без уніфікованого мовленнєвого апарату існує ризик непорозумінь та непродуктивної взаємодії між фахівцями. Створення уніфікованого мовленнєвого апарату не лише сприятиме взаєморозумінню між арт-кураторами, але й полегшить проведення подальших досліджень та розвиток кураторства як науки та практики. Формування чіткої та зрозумілої термінології створить передумови для розширення області досліджень, що, в свою чергу, сприятиме поступовому розвитку цієї професійної галузі.

Академічний погляд у розвитку арт-кураторства передбачає перспективи та можливості для подальших досліджень у цій сфері. Залучення уваги науковців є ключовим етапом у формуванні теоретичної бази та методології арт-кураторства. Обґрунтування цієї потреби полягає у тому, що академічний аналіз та дослідження в цій області стануть основою для подальшого впровадження нових підходів та інструментів у практику арт-кураторства. Інтеграція наукових знань із практикою сприятиме вдосконаленню професійних стандартів та підвищить якість арт-кураторської діяльності.

\

ГРИМ У СУЧАСНОМУ АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Грим у сучасному аудіовізуальному середовищі виконує низку функцій. Він допомагає артистам перетворитися на персонажів, змінюючи їх зовнішній вигляд та створюючи відповідний настрій. Крім того, грим може бути використаний для створення спеціальних ефектів, таких як зміни віку чи фантастичні перетворення, що робить аудіовізуальні твори більш реалістичними та вражаючими. Один з ключових аспектів мистецтва гриму в аудіовізуальній індустрії - це технічний прогрес. Сучасні технології дозволяють створювати більш складні та реалістичні образи, які раніше були неможливими або дуже складними для втілення. Від використання комп'ютерної графіки до вдосконалення гримерних матеріалів - технічний прогрес значно розширює можливості майстрів гриму.

В свою чергу, гримерне мистецтво в контексті шоу та івент-проектів - це професійна практика створення не лише сценічного макіяжу, але й спеціальних ефектів на обличчі чи інших частинах тіла з метою створення яскравих образів, підкреслення ролі артиста чи ведучого та відтворення атмосфери відповідно тематики та концепції заходу. Цей процес не обмежується лише косметичними засобами, він охоплює використання професійних гримерних матеріалів, художніх технік та творчого підходу, включає в себе роботу з колірними палітрами, живописними ефектами, пластичними деталями, щоб домогтися бажаного візуального ефекту.

Хоча грим традиційно пов'язаний зі сценічними виступами та масовими заходами, він також може мати своє місце і значення під час онлайн-івентів. Важливо враховувати контекст і особливості конкретної події і тоді грим може бути використаний для створення цікавих та креативних ефектів під час використання віртуальних фільтрів або AR-технологій. Він може стати елементом креативного підходу та розваг на онлайн-святкуваннях, надаючи їм більшу емоційність. Як і на офлайн-заходах, грим надасть візуальної привабливості учасникам події та підкреслить її тематичність. І хоча фізична взаємодія може бути обмеженою в онлайн форматі, грим може стати ефективним інструментом для підвищення емоційного зв'язку та створення захоплюючого віртуального досвіду для учасників.

Важливість гриму в контексті масових заходів важко переоцінити, оскільки він є невід'ємною частиною підготовки артистів та впливає на ключові аспекти події:

Візуальний ефект та естетика:

Грим допомагає створити чіткі та привабливі образи для ведучих та аніматорів, дозволяє підкреслити фізичні риси та вирази обличчя, щоб зробити виступ більш видовищним та ефектним, що підсилює враження глядачів.

Підкреслення ролі та тематики:

Грим може відтворювати конкретні образи або підкреслювати тематику події, що сприяє створенню атмосфери та зануренню гостей у відповідний контекст.

Професіоналізм та довіра:

Точний та якісний грим ведучих, аніматорів та інших учасників івенту викликає більшу довіру в очах глядача, створює професійне враження. Своєчасне та дбайливе нанесення гриму свідчить про серйозний підхід до власної ролі.

Грим дає можливість створити міцний зв'язок між артистом та глядачем, дозволяючи другому легше зрозуміти та відчувати поведінку персонажа.

Втілення індивідуальності та образу:

Грим допомагає створити унікальні образи, які підкреслюють індивідуальність учасників івенту, сприяє вираженню різноманітних персоналій та створенню максимально емоційного зв'язку з аудиторією. Грим може трансформувати артиста в зовсім іншу особу.

Створення ілюзії та спеціальних ефектів:

Використання гриму, особливо спеціальних ефектів, може створювати ілюзії та несподівані образи, роблячи виступи захопливими та непередбачуваними.

Адаптація до специфіки заходу:

Грим може бути адаптованим до різних видів подій, включаючи концерти, шоу, тематичні вечірки, святкування та корпоративні заходи. Забезпечує можливість підкреслити особливості конкретного заходу.

В цілому, грим в шоу та івент-проектах є не лише естетичним елементом, але і важливим творчим інструментом, що допомагає зробити масові заходи незабутніми для всіх учасників події.

Грим може мати терапевтичний аспект для учасників івенту. Він допомагає виражати емоції та відчуття через образ без слів. Яскравий та веселий грим може додати енергії та підняти настрій учасників свята, що сприяє позитивному емоційному стану. Можливість людини вибрати та створити образ, який відображає її індивідуальність, тим самим виявляє та підкреслює її унікальність та особливість. Грим може служити каталізатором для соціальної взаємодії, допомагаючи учасникам івенту перебороти сором та комунікувати в невимушеній обстановці, а також об'єднувати учасників свята в спільній активності, стимулюючи взаємодію та командний дух.. Використання гриму є особливо корисним та цікавим для дітей, які відчують радість та веселощі, граючи в образі свого улюбленого персонажа. Таким чином, грим відкриває простір для творчого

самовираження, допомагаючи учасникам розвивати свою фантазію, цей процес стає релаксуючим засобом, допомагаючи учасникам відпочити від повсякденного стресу.

Узагальнюючи, грим може відігравати важливу роль у створенні позитивного та терапевтичного середовища, де учасники можуть відчувати радість, виразити себе та отримати психологічну користь від участі в заході.

ЧИРВА М. Ю.

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну і мистецтв,

Науковий керівник:

З. І. АЛФЬОРОВА

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

АНАЛІЗ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕКЛАМИ ТА ВІДЕОАРТУ

Питання перспектив розвитку креативної економіки в індустрії реклами та відеоарту є одним з провідних у дискурсі аудіовізуального мистецтва. Аналіз перспектив розвитку креативної економіки в Україні, зокрема в контексті реклами та відеоарту, відкриває нові можливості для розуміння потенціалу цих секторів. Метою цього аналізу є дослідження стану та перспектив розвитку креативної економіки в Україні, з особливим акцентом на індустрії реклами та відеоарту.

Креативна економіка представляє собою види економічної діяльності, що базуються на творчості людини з метою подальшої комерціалізації. Креативні індустрії є основною складовою креативної економіки та походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту та мають потенціал до збільшення прибутку й створення робочих місць. Реклама та відеоарт відіграють ключову роль в цьому процесі. Вони постійно сприяють адаптації індустрії до нових технологій та соціальних трендів.

Відеоарт з'являється у 1960-х як постмодерністська мистецька форма. Зокрема, засновником відеоарту вважають Нам Джун Пайка, який використав магніт для спотворення зображення на телевізорі у 1963 році, і вперше використав маленьку портативну відеокамеру у 1965 році. Відтоді відеоарт розповсюдився у Західній Європі та США. В українському мистецтві відеоарт виникає наприкінці 80-х рр. XX ст. Це також був період становлення українського рекламного ринку. З того часу, індустрія переживає значні зміни, спричинені технологічним прогресом та соціально-політичними умовами. Форма розширює межі традиційного мистецтва та надає нові можливості для вираження та взаємодії з аудиторією за допомогою злиття новітніх технологій та

мистецтва.

Відео-арт має значний вплив на креативні індустрії, вносячи інновації, розширюючи межі традиційного мистецтва та змінюючи способи взаємодії з глядачем. Це дозволяє створювати більш інтерактивні та привабливі рекламні досвіди. Відео-арт залучає глядачів до активної участі, що може бути адаптовано в рекламі для збільшення залученості аудиторії. Так само, як відео-арт інтегрує новітні технології, такі як VR та AR, рекламна індустрія використовує ці інструменти для створення інноваційних рекламних продуктів.

За даними Рекламної коаліції України [3], медіаринок України у 2022 році впав на 63%, порівняно з 2021-м., проте вже у 2023 році зріс на 77% по відношенню до 2022 року. Зазначено, що ринок відновлюється, змінюється, адаптується і розвивається, включаючи появу нових напрямів – як наприклад Digital TV. В цілому ринок демонструє впевнене відновлення до рівня 2021 року. В першу чергу за рахунок банерної реклами, цифрового відео (включаючи Youtube) та influencer маркетингу. У 2024 році за прогнозами експертів зростання продовжиться, але динаміка вже буде на рівні 15-20%. Загалом, подальша динаміка - позитивна, але залежить від соціально-економічних факторів та безпекової ситуації.

Згідно з дослідженням Кристини Фарінья [2], основною загрозою на шляху розвитку креативних індустрій можуть стати низькі темпи реформ децентралізації та невдала інтеграція індустрії на місцевому рівні. Проте повномасштабне вторгнення поставило нові перешкоди, такі як: втрата робочих місць працівників креативних індустрій, виїзд за кордон працівників індустрій та окремих компаній.

Не дивлячись на повномасштабне вторгнення, Україна продовжує реформувати законодавство для захисту інтелектуальної власності, що сприятливо впливає на розвиток креативних індустрій та євроінтеграцію. За планом відновлення України [1] передбачено реформи щодо креативних індустрій, такі як: збільшення фінансування УКФ; надання грантів на виготовлення музичних кліпів; підтримка фахівців, що повернуться або відновлять діяльність; підтримка креативних хабів, індивідуальних митців, вироблення інноваційного культурного продукту.

Впровадження цих змін, в індустрії реклами та відеоарту можливо очікувати зростання підприємницьких ініціатив, стартапів, впровадження інновацій а також збільшення використання цифрових технологій для створення нових форматів контенту. Залучення інвестицій в креативні стартапи та проекти забезпечать розвиток нових напрямів в рекламі та відеоарті.

Загалом, фінансова підтримка з боку держави та приватного сектору створять сприятливі умови для зростання креативних індустрій. Однак, для досягнення стабільного розвитку необхідно звернути увагу на захист інтелектуальної власності, залучення

інвестицій та спонсорів, а також на антикорупційну діяльність. Це стимулюватиме економічне зростання та розвиток креативних індустрій в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Відновлення України. Проєкти нацпрограми // Розвиток систем культури та спорту. URL: <https://recovery.gov.ua/project/program/develop-culture-and-sport-systems> (дата звернення: 23.02.2024).

2. Кристина Фарінья. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/creative-industries-study-for-ukraine> (дата звернення: 23.02.2024).

3. Об'єми рекламного ринку // База даних «Всеукраїнська рекламна коаліція». URL: <https://vrk.org.ua/research.html> (дата звернення: 23.02.2024).

ЧУХРІЙ Ю. А.

студентка 2 курсу РВА

Харківської державної академії дизайну і мистецтв

Керівник – доцент, кандидат мистецтвознавства,

Курінна Г. В.

м. Харків, Україна

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ВІДЕОМЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ КІНОПРОДУКЦІЇ

Меми – невід'ємна частина нашого сучасного життя, з їх допомогою можна швидко і легко передати свої емоції, або піднести якусь інформацію в медійному просторі.

Значення «мем» вперше було використано Р. Докінзом у роботі «Егоїстичний ген» 1976 р.. За його визначенням мем – це основна одиниця культурної передачі чи ініціації у функціонуванні якої помітні фізичні та поведінкові ознаки. Мем подібний до гена у своїй структурі та розповсюдженні, але означає одиницю культурної інформації. Сьогодні ж термін «мем» використовується у значно вужчому значенні, позначаючи аудіо, фото, графічну або відео інформацію покликану надати коментар щодо якоїсь думки у жартівливій або саркастичній формі. Мем став новим інструментом комунікації між людьми, направлений на трансляцію емоцій.

Меми різноманітні за тематикою. Якість мему зазвичай позначає наскільки добре він викликав позитивні емоції у тих, хто його переглядає, та наскільки влучним є висловлюванням на обговорювану тему. В Україні меми почали з'являтися у середині 2000-х рр. з масовою появою мобільних телефонів. Інтернет спільноти були в той

час малочисельними, тому їх поширення розпочалося саме у молоді, і, переважно, на мобільних пристроях. Зазвичай меми показували зі свого телефону або пересилали картинки та мелодії між телефонами.

Сьогодні українське суспільство наразі є досить напруженим і потребує комунікації та релаксації, яку багато українців знаходять в мемах. Меми допомагають пережити певний негативний досвід чи події, які трапилися у житті. Також вони можуть бути інструментом для розповсюдження важливої інформації у жартівливій формі. Не всі люди щоденно читають новини та дивляться телевізор, а шанс побачити мем про актуальні події у країні, або світі набагато більший. Створення мемів українцями для самих себе, об'єднує людей у певний інформаційний простір, утворює дружнє ком'юніті, у якому люди можуть відчуті спорідненість та пережити разом травмуючі події. У них часто можна побачити життєві ситуації під час війни, будь то: самотність, мобілізація, відключення світла, страх смерті, або поразки ворога. Навіть в українській політиці багато політиків запам'ятались людям завдяки мемам, а молоді покоління зуміли познайомитись з історією української політики.

Меми дозволяють певним культурним продуктам продовжувати «жити», перебуваючи у культурно-соціальному житті людей. Велика кількість фільмів, мультфільмів, музики, творів мистецтва та, навіть, людей зберігаються у спілкуванні, адже через контекстуальну згадку цих речей люди мають змогу передавати свої емоції, своє ставлення до речей та наміри у лаконічній формі.

Кіно-меми. В мемах збережені також і фільми. Деякі фільми зберігають свою актуальність та популярність завжди, завдяки мемам, наприклад «Зоряні війни». Меми у цій стрічці є один із стовпів їх популярності. Хоч у самих фільмах і не створювались комедійні ситуації спеціально, глядачі зуміли знайти щось що їх зачепило чи насмішило і розповсюдили, тож тепер більшість глядачів хто колись дивився ці фільми може назвати з фільмів бодай одну фразу які вважаються мемами. Така ж сама ситуація зберігається і з «Володарем перстнів», ці трилогії фільмів самі по собі вважаються класикою, та меми увіковічили їх у пам'яті людей а також передали інтерес до фільмів до наступних поколінь. Деяким поганим фільмам меми надали популярність. Наприклад, «Кімната» режисера Т. Вайсо. Деяким створив популярність після десятиліть забуття як наприклад «Зразковий самець» Б. Стілера.

Таким чином, відеомеми потрібні для просування медіа-контенту, згадати тільки рекламну кампанію фільмів «Барбі» та «Опенгеймер», завдяки фантським мемам у тикток та твітері, про ці фільми почули буквально всі. Багато компаній використовують сучасні меми у своїх відео в соціальних мережах, за для зближення з аудиторією подають це на для певного шару людей, зі схожими вподобаннями в гуморі. Отже, відеомеми можуть дати як «друге життя» давно забутому продукту, так і збільшити популярність нового.

НЕЙРОМЕРЕЖІ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ФОТОМИСТЕЦТВІ

Нейромережі - це алгоритми машинного навчання, які спроектовані для виконання завдань, що вимагають розпізнавання патернів в даних, включаючи фотографії. Штучний інтелект (ШІ) - це загальна концепція, яка охоплює розвиток програм і систем, які можуть виконувати завдання, властиві людському інтелекту, включаючи розуміння і генерацію зображень. Нейромережі або штучні нейронні мережі - це складні математичні моделі, які намагаються відтворити роботу людського мозку у вирішенні завдань штучного інтелекту. Вони складаються з багатьох штучних «нейронів», які взаємодіють між собою, обробляють вхідні дані і генерують вихід. Нейромережі використовуються в багатьох галузях, включаючи обробку зображень, розпізнавання об'єктів, створення мистецьких творів та багато інших. В фотомистецтві нейромережі зараз широко використовуються для вдосконалення фотографій, редакції, генерації нових зображень та навіть створення мистецьких творів. Вони можуть автоматично виправляти дефекти, додавати спеціальні ефекти, а також аналізувати зображення для розпізнавання об'єктів або створення нових мистецьких ідей. Фотомистецтво є важливим аспектом сучасної культури і має великий вплив на спосіб, яким ми сприймаємо світ навколо нас. Воно допомагає зафіксувати моменти, висловлювати емоції, розповідати історії та досліджувати красу та складність життя. Фотомистецтво - це не лише спосіб зафіксувати миті в часі, але й мистецтво виразити ідеї, емоції, історії та концепції через образи і композицію. У сучасному світі фотомистецтво відіграє важливу роль у культурному житті, візуальному сприйнятті світу і важливе засіб виразу для багатьох фотографів. Нейромережі відкривають безліч можливостей для фотомистецтва. Вони можуть бути використані для автоматичного виправлення дефектів на фотографіях, таких як ретуш або покращення якості, а також для додавання спеціальних ефектів та фільтрів. Наприклад, інтелектуальні фільтри можуть покращити колірну гаму, контраст і різкість фотографій. Нейромережі також можуть бути використані для створення мистецьких творів. Вони можуть генерувати нові зображення на основі вже існуючих, перетворювати фотографії в стилі відомих художників або навіть створювати абстрактні мистецькі твори. Використання нейромереж впливає на творчість фотографів, розширюючи їхні можливості і надаючи нові інструменти для виразу та експериментації. З іншого боку, за допомогою нейромереж фотографи можуть експериментувати з новими стилями, реалізовувати абстрактні

ідеї, створювати мистецькі інтерпретації своїх робіт і більше. Нейромережі можуть надати фотографам нові способи підходу до своєї творчості. Майбутнє використання нейромереж у фотомистецтві виглядає захопливим. Можливість автоматичної обробки фотографій і створення мистецьких творів стане ще більш потужною та доступною. Алгоритми глибокого навчання будуть постійно вдосконалюватися, що дозволить фотографам та митцям використовувати їх для реалізації своїх творчих ідей.

ЯРОШЕНКО К. Є.

студентка 1 курсу РВА ОП «Реклама та відеоарт»

Харківської державної академії дизайну та мистецтв

Керівник: доцент, кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри аудіовізуального

мистецтва Курінна Г.В.

м. Харків (Україна)

Харківська державна академія дизайну та мистецтв

РОЛЬ ЖІНОК-МИСТКИНЬ В СЦЕНАРНІЙ МАЙСТЕРНОСТІ

Сучасний стан світової кіноіндустрії відзначається значною кількістю професійних жінок-мисткинь: від акторок до режисерок. Шлях жінок у кінематографії відзначається великими змінами та досягненнями. Жінки працювали з моменту заснування кінематографії у кінці XIX-ого ст. Мисткині підіймали соціально-гострі теми у своїх кінокартинах та досліджували експериментальне кіно.

З 1920-тих рр., коли американський кінематограф став високо комерціалізованою індустрією, можливостей для жінок на провідних посадах ставало все менше.

XXI століття стало часом розквіту ролі жінок-мисткинь, у тому числі численних сценаристок у створенні кінокартин. Значним внеском жінок-сценаристок стала підтримка жіночих голосів, поширення розповідей про жіночий досвід та різноманітність і складність людських стосунків. Сучасні процеси впровадження та підтримки гендерної рівності у кінематографії підкреслюють важливість включення різноманітних голосів у сучасному кіномистецтві.

У доповіді ми робимо історичний аналіз еволюції жінок у сценарній майстерності. Стагнацію 1920-их років, післявоєнне відродження жінок у професії та подальший розвиток сценаристок. Розкриваємо в ідатні імена та досягнення професіоналок сценарної майстерності: від Лоїс Вебер до Емеральд Феннел. Розкриваємо українські жіночі імена в сценаристиці (зокрема, Ксенія Заставська).

ЕКСПЕРИМЕНТИ З ВІРТУАЛЬНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ У СЦЕНІЧНОМУ МИСТЕЦТВІ

Сьогодні, в digital-епоху, театр перетворюється на один із майданчиків для випробовування креативних можливостей сучасних технологій, де розробляються футуристичні системи, де поєднуються нові медіа і художні концепції. І мова не лише про те, що можуть запропонувати віртуальні технології театру, а що перформативна практика може запропонувати для індустрії нових технологій.

Восени 2020-го було оголошено конкурс для митців, що працюють із танцем, рухом і пластикою. На початку 2021 року переможцями конкурсу було проведено спільне дослідження, мета якого полягала в тому, щоб транслювати танцювальну виставу у форматі ALTstage.

Протягом лютого-квітня 2021-го матеріал для ALTstage-версій вистави було відзнято, оброблено та змонтовано. Одночасно розроблялося програмне забезпечення цієї версії. Результати дослідження були презентовані на початку липня 2021 року, водночас обговорювалися також і технології їх широкого впровадження. У серпні 2021-го автори представили узагальнену платформу, здатну забезпечити кожному реалізацію проєктів у форматі ALTstage.

Що дає такий формат? Глядач має можливість поєднати дві форми театрального простору: Live середовище, що поєднує фізичну реальність танцівників, глядачів і сцени з танцем у доповненій реальності.

Нове сценою стане клавіатура та екран ноутбука чи комп'ютера, а танець відбуватиметься у цифрових реальностях 2D та 3D. Автори, крім перевірених технологій – на кшталт хромакею – використовували власні напрацювання, а саме: синхронізацію потоків контенту звичайного та волюметричного відео в екранний ряд формату та доповненої реальності.

Шлях від ідеї до втілення у проєкті ALTstage складався з декількох етапів, які передбачали кінцевою метою поєднання комп'ютерних моделей танцювальних образів зі справжнім відео танцюристів.

Для цього треба було зробити наступне.

Перший етап – відеознімання у студії з хромакей, що дало змогу після обробки одержати матеріал, у якому образи танцюристів відділено від фону. Таким чином, їх

можна використовувати як самостійний елемент у моделюванні різних «картин» середовища.

Другий етап – знімання волюметричного відео для відтворення нової фонові композиції доповненої реальності. Для розв’язання поставленого завдання використовувалися можливості приладу Azure Kinect, який дозволив поєднати зображення зроблене з 12-мегапіксельної відеокамери з датчиком глибини. Тобто двомірний фон забезпечує відеокамера, а інфрачервоний датчик визначає відстань від камери до кожного пікселя в цьому зображенні.

Завдяки такому поєднанню фонові картинка перестає бути пласкою: кожна її точка, на додачу до координат X та Y , одержує координату Z , а відео з двовимірного перетворюється на тривимірне.

Третій етап – програмне забезпечення створення нового образу танцювальної вистави через поєднання її екранної версії з новим фоновим компонентом. Така програма дозволяє поєднати два пристрої: ноутбук, що відтворює відео (на екрані чи проєкції) та смартфон, чи планшет у руках глядача, що репродукує доповнену реальність.

Для синхронізації двох зображень використовувалися маркери. Маркер потрапляє в об’єкти камери смартфона та надає мобільному застосунку ALTstage інформацію про те, в якому місці потрібно розмістити об’єкти AR і якого розміру вони повинні бути.

Технологія ALTstage дозволяє здійснити синхронізацію візуальних рядів не тільки в просторі, але і в часі наступним чином. Відео плеєр ноутбука та смартфона під’єднуються до хмарного сервера та одночасно одержують від нього команди на запуск відео та образів, з яких складається й доповнена реальність. Це дозволяє екранні танцювальні комбінації поєднати з фоновими. Завдяки цьому танцівники на екрані та перед ним можуть взаємодіяти, а також одночасно зупинити відео та AR або сповільнити відтворення, щоби детальніше придивитися до рухів танцівників.

Четвертий етап розробки – налагодження UX та UI – тобто створення такого способу взаємодії всіх елементів між собою, при якому користувач зі смартфоном в руках не звертає би уваги на складність технології, а просто одержував задоволення від перегляду: вистави, презентації, освітньої програми чи дефіле.

Таким чином ALTstage дозволяє глядачу грати з образами танцювальної вистави, комбінуючи їх в різних проєкціях на власний смак та відповідно до індивідуальних естетичних потреб та інтересів.

Така технологія прочитання вистави розширює можливості її сприйняття як мистецького явища і дозволяє посилити його комунікативні та дидактичні функції.

ALTstage – це технологічна іграшка, що привертає до себе увагу інтерактивними можливостями створення різних цифрових текстів вистави.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Харківської державної академії дизайну і мистецтв

АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції
кафедри аудіовізуального мистецтва ХДАДМ
(4-5 квітня 2024 року)

Харків: ХДАДМ

Організаційна група
(координація, укладання, редакція, комп'ютерна верстка):
Д. Литвинюк, Г. Курінна, І. Тесленко

@Харківська державна академія дизайну і мистецтв
@кафедра аудіовізуального мистецтва