

становлення майбутнього культуролога. Діалог «відбувається в рамках трикомпонентної структури музейно-педагогічного процесу, який поєднує в собі пам'ятку, глядача й музейного спеціаліста (педагога)» [Там само, с. 49], який організовує діалог, виступаючи «посередником» між глядачем і пам'яткою. Основною вимогою до такого комунікативного процесу є застосування методик, які спираються на досвід візуального й художнього сприйняття. Специфіка відповідного комунікативного акту для студента-культуролога полягає в тому, що він повинен на певному етапі бути готовим змінити свій статус, здійснивши «перехід» від глядача до музейного спеціаліста, перебрати на себе функції «посередника» між пам'яткою та новими учасниками комунікативного процесу.

Опрацьовуючи змістову складову екскурсії, визначаючи оптимальні методичні прийоми її проведення, студенти логічно поєднують когнітивний і комунікативний аспекти діяльності. Власний досвід зорового й художнього сприйняття живописного твору майбутні культурологи використовують для вироблення ефективних комунікативних стратегій, необхідних для спілкування з потенційними слухачами.

Ефективність комунікації в художньому музеї залежить від того, наскільки «одержувач» інформації (глядач, слухач) володіє мовою «відправника» (митця). Музейний предмет (твір мистецтва) постає як засіб передачі візуальної інформації. Цей процес можна описати за допомогою такої схеми: відправник (художник) – зміст повідомлення (зміст твору) – код / шифр повідомлення (формально-художні прийоми, якими послуговується автор, особливості цих прийомів – одержувач (глядач) – контекст (середовище, в якому відбувається процес трансляції візуального повідомлення: музейна експозиція, виставковий салон тощо) – функція (відправлення художником повідомлення, зміст якого розкривається як у самостійному, так і в музейно-педагогічному процесі спілкування глядача з твором мистецтва) [Там само, с. 61].

Підготовка до проведення екскурсії передбачає тривалу різнопланову роботу з удосконалення навичок демонстрації й розповіді, «шліфування» вербальних і невербальних засобів спілкування, апробацію традиційних і експериментальних моделей музейної комунікації.

Отже, музезнавча й екскурсознавча складова освітнього процесу є одним із дієвих механізмів формування комунікативної компетентності майбутніх культурологів.

Література

1. Столяров Б. А. Музей в пространстве художественной культуры и образования / Б. А. Столяров. – СПб., 2007. – 340 с.

УДК 304.4(477)

ВІЗУАЛЬНИЙ ПРОСТІР МІСТА: ІСТОРИЧНІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

А. Х. Маргулов

Місто як вінець урбанізаційних процесів стає простором переважного проживання людини. В цьому середовищі проходить більшість життєвого часу сучасного суспільства. З огляду на таке просторово-часове навантаження воно відіграє визначну роль у житті людини.

Питання наповнення контенту візуального простору міста має глибоке історичне коріння. Досліджуючи це питання, ми можемо сягнути періоду ранніх форм існування суспільних відносин. Але нам цікава парадигма зміни візуально-просторового навантаження у розрізі від історії до сучасності, а саме в умовах переходу від радянської до сталої системи демократичних відносин.

Радянський період розвитку нашої держави призвів до формування сталих орієнтацій у населення країни орієнтованих на впровадження у свідомість населення партійно-державних настанов. Одним із способів того було використання візуальних технологій. Місто зі своїм кількісним складом робітничого класу стає пріоритетним об'єктом таких експериментів. Дотримання переважно державницьких кольорів, використання барельєфів та пам'ятних дошок, пам'ятників, настінних мозаїк та стріт-арту – головним завданням цих практик стає утворення візуальної реальності превалювання радянського способу життя як єдиного прогресивного та можливого засобу. Формування образів потрібних героїв та пересічних громадян, способу поведінки та профілю зайнятості, патріотичне виховання дітей та інше стає сюжетною складовою цієї наочності.

Свідома героїзація визначено-потрібних постатей у вигляді пам'ятників та пам'ятних дошок утворювала необґрунтовану, а з часом вже й необхідну потребу їх існування. Головним завданням цієї візуалізації було створення пантеону «ідолів» із впровадженням відповідного культу їх вшанування, що мало постійно наводити на відповідний ідеологічний ракурс. І це далеко не повний спектр використання візуальних ілюзій у радянському місті.

Сучасний міський візуальний простір є діаметрально протилежним прикладом презентації цих практик. Корінням таких розбіжностей є, на наш погляд, соціально-економічні та політичні чинники сучасного повсякдення. Кардинальний переворот суспільних відносин від держава-людина до людина-державна утворює умови до піднесення гуманізму, а демократичний устрій громадсько-правових відносин зменшує пропагандистсько-ідеологічну складову візуального контенту у міському просторі.

З посиленням економічних відносин та переходу до стадії «зародження капіталізму» та товарним перенавантаженням простір сучасного міста заповнено рекламною візуалізацією. Форми такої візуалізації теж еволюціонують від звичайних плакатів та біл-бордів до використання елементів навколишнього середовища з рекламною метою (ембієнт реклама). Що різнить сучасне місто із його радянським аналогом, так за виключно державною формою власності на засоби виробництва, реклама була не у пріоритеті.

Поява мегаполісів, де стає все менше рекреаційного та й взагалі громадського простору спонукає візуальні проєкції до ілюзорної компенсації цього. Так у нас з'являються такі напрями графіки як графіті, стріт-арт та інші, які перетворюють міські простори на мальовничі картини природи, сюжети казок, міжособистісний діалог із почуттєвою складовою та ін., що переслідує гедоністичні функції. Зазначений аспект чітко презентує перехід до індивідуалістичних практик у візуальному просторі міста.

Візуальні простори за діаметрально протилежних державно-політичних умов мають таке саме й навантаження. Радянський міський візуальний простір має чітко визначене ідеологічно-пропагандистське спрямування, в той час, як сучасний – більше відповідає потребам людини у естетиці та практиках повсякденного життя.

УДК 111.852: 7.072.2

ОБРАЗ ДЗЕРКАЛА У СВІТОВІЙ ХУДОЖНІЙ КУЛЬТУРІ: УЗАГАЛЬНЕННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ДОСВІДУ

І. В. Петрова

У сучасному культурологічному просторі дзеркало сприймається як інструмент візуальної магії, міфологема відображення й альтернативі реальному, позиція та образ проектного бачення, універсалія культури [3, с. 217–219]. На сьогодні теорія дзеркала є предметом дослідження сучасного літературо- і мистецтвознавства, культурології,