

**Юлія Мазур** – студентка Інституту філології та журналістики  
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки,  
**Марія Рожило** – кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри соціальних комунікацій  
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

## **Журнал про сучасне візуальне мистецтво: ризик втратити українського митця**

У статті досліджено ситуацію на інформаційному ринку щодо журналів про сучасне візуальне мистецтво, зроблено контент-моніторинг зарубіжних і вітчизняних видань. Наголошено на важливості функціонування спеціалізованого видання, яке стане платформою для презентації та обговорення мистецьких новинок, для висвітлення творчих пошуків молодих майстрів, обміну творчим досвідом. Запропоновано концепцію нового україномовного журналу про сучасне візуальне мистецтво, який би висвітлював усі його аспекти, створював простір для реалізації творчого потенціалу.

**Ключові слова:** журнал, культурно-мистецьке видання, сучасне візуальне мистецтво, український митець, аудиторія, ЗМІ.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Зображення у будь-якому виданні має потужне інформаційне наповнення, а подекуди є вагомим за сам текст, може і замінювати текстову інформацію. Потенційна роль візуальних відомостей – зосередження уваги читача на зображуваному, першопочаткове ознайомлення з інформацією, естетична складова – дещо ускладнюється, посилюється, увиразнюється на шпальтах культурно-мистецьких видань.

На жаль, якісних українських видань про візуальне мистецтво не так багато. Значення проблеми має глобальний характер, оскільки існує значний ризик втратити українські таланти, які не мають достатніх можливостей зреалізуватися та розвиватися у рідній державі. І навпаки, – закордонні ЗМІ зацікавлені оцінити і популяризувати творчість майстрів пензля. Тому працювати митцеві за кордоном сьогодні легше, престижніше і вигідніше.

Важливо сприяти бажанню молоді розвиватися в Україні, всіляко підтримувати її і створювати простір для реалізації творчого потенціалу. Для створення якісного інформаційного продукту необхідно враховувати редакційний досвід існуючих мистецьких журналів провідних країн світу і популяризувати діяльність талановитих майстрів з України.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Чимало дослідників у різних аспектах вивчають вітчизняну та зарубіжну журнальну періодику (А. Гребенюк, Т. Давидченко, Г. Дзюбенко, М. Ілляшенко, М. Недопитанський, А. Пилипенко, О. Полумисна, О. Серета, Т. Хітрова, Г. Швецова-Водка та ін.), проте проблема функціонування видань про сучасне візуальне мистецтво в Україні досі не була об'єктом спеціального наукового аналізу.

**Мета і завдання статті** полягає у розробці ідеї якісного видання про сучасне візуальне мистецтво. Для цього варто провести моніторинг вітчизняних та зарубіжних видань мистецького характеру; проаналізувати недоліки, визначити переваги; вивчити потреби цільової аудиторії. Мета культурно-мистецького видання – співпраця, в першу чергу, з українськими художниками та інформування аудиторії про ситуацію в мистецькій сфері за кордоном. За допомогою таких журналів сучасна молодь зможе реалізовувати свій творчий потенціал в Україні. На цьому етапі важливо не втратити бажання українців розвиватися, створити платформу для реалізації ідей. Під «платформою для реалізації потенціалу» розуміємо простір для втілення творчих ідей, зацікавленість ЗМІ популяризувати результати роботи молоді серед читачів, підтримувати її творчі починання.

Українськомовне культурно-мистецьке видання зможе бути корисним як для аудиторії, яка готова на високому рівні оцінити творчість художника, так і для самого митця, що хоче бути в руслі творчого життя країни.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Сучасний ринок мистецьких журналів візуального спрямування «молодий». Невідомими українськими талановитими митцями цікавляться зарубіжні видання (тенденція, поширена в Україні

до сьогодні), лише після цього художників популяризують українські ЗМІ. До прикладу, таку ситуацію можна простежити в молодіжному Інтернет-виданні про сучасне мистецтво «AZH». У рубриці «Свіжакров» розміщена стаття про Anny Tea – фотографа з Луцька, яка розпочала кар'єру, опублікувавши власні роботи у кількох європейських виданнях, презентувала виставку в Любліні [6]. Цей факт дає відповідь на глобальне запитання: «Чому український митець не зацікавлений розвиватися в Україні?».

Переглядаючи мистецькі журнали останнього десятиліття, можна побачити, що більшість із них потрапили в тематичну категорію «культурно-мистецьке» або «мистецьке» видання за формальними ознаками. Вони не відповідають якості «справжнього» художнього журналу як естетичної єдності концептуальних, вербальних і візуальних елементів. Активно простежується актуальна проблема: видання популяризує зарубіжних авторів, залишивши невідомими вітчизняних.

Галузь популярних журналів про сучасне мистецтво конкурентна, але не заповнена. Втриматися на ринку можуть лише ті проекти, які мають постійну грошову підтримку [2, с. 23]. Як зазначає М. Ілляшенко, попит на якісні мистецтвознавчі ЗМІ як специфічний вид періодики залежить від рівня грамотності та освіти населення, а також стану економічного добробуту. Зі зростанням рівня добробуту зростатиме попит на якісні ЗМІ, водночас збільшуватиметься ринок реклами [1, с. 77].

Ринок української журнальної продукції значною мірою представлений літературно-мистецькими журналами, які заповнені суто літературною творчістю («Буковинський журнал», «Четвер», «Склянка Часу\*Zeitglas» [4], «Provocatio» [16]).

Сьогодні художні журнали подають світ як видовищну категорію, тому можна констатувати, що існує група видань, подібних до артефактів, заснованих на суб'єктивній реальності, але далеких від реальності. У просторі зарубіжної художньої періодики фіксуємо ряд видань, які прагнуть інформувати реципієнта про сучасний арт-світ, однак у деяких із них проблема сучасного мистецтва виходить за межі естетики, або ж зводиться до критичного примітивізму («Frieze» [13], «Blend» [10], «Elephant» [11], «Art in America» [9], «Exit» [12], «01» [18], «Acne Paper» [7], «Artforum» [8], «Idomenee» [14], «Juxtapoz» [15]).

В Україні відбувається чимало виставок молодих митців, проте видання це не фіксують, не розповсюджують цю інформацію для аудиторії. Досить важко знайти друковані журнали такого спрямування, оскільки повного огляду мистецьких друкованих видань, і зокрема про сучасне мистецтво, немає. Пошукові бази даних пропонують журнали різного спрямування, проте мистецького – незначна кількість. Дещо інша ситуація у просторі Інтернет-видань.

Очевидно, Інтернет-версії культурно-мистецьких часописів мають додаткові переваги, зокрема оперативність подачі інформації, широкі рекламні можливості, забезпечення зворотного зв'язку з аудиторією, можливість гіперпосилань тощо.

Одним із найбільш якісних та інформативних є щоденний електронний журнал про дизайн, архітектуру, технології, моду, графіку, фотографію «Shnick.com.ua» [17]. Хоча тематика видання надто широка і подекуди суперечлива, це хороша спроба представити різні прояви мистецтва в одному джерелі.

Ще один журнал такого типу – «KORYDOR» [5] – он-лайн-часопис про сучасну культуру, де представлені дискусії про сучасну культуру для розвитку фахової аргументованої критики.

Варто також назвати мистецький журнал «Пробудження» [3]. Видання вирізняється з-поміж інших глибокими роздумами про психологію, релігію, мистецтво. Основний його недолік – мало інформації, ілюстрованого і критичного матеріалу, вузьке розкриття тем, віддалених одна від одної.

«Bottega-magazine» – on-line журнал про мистецтво висвітлює головні події в арт-світі. Видання містить анонси, критичні статті, інтерв'ю, фоторепортажі виставок та інші новини.

Можна висловити припущення, що незначна кількість культурно-мистецьких видань в інформаційному просторі України викликана низьким попитом аудиторії на такий «продукт». Однак, результати опитування молодіжної аудиторії – потенційних читачів культурно-мистецьких часописів – засвідчило протилежне: потреба в таких виданнях існує, до того ж молодь відчуває інформаційну потребу у спеціалізованих часописах про сучасне візуальне мистецтво.

Так, за результатами проведеного нами опитування (47 осіб), потреба у мистецьких журналах є, оскільки більшість респондентів (молодь, віком від 16 до 35 років) зацікавлена у культурному розвитку суспільства і проблемах сучасного мистецтва. На запитання «Чи цікавитеся Ви сучасним

мистецтвом?» респонденти відповіли: так – 44,1 %; ні – 5,9 %; іноді, як випадає вільна хвилинка – 41,2%; цікавився б, але не достатньо потрібної літератури – 5,9 %; інша відповідь – 2,9 %.

На думку громадськості, найзручніший формат для сучасних мистецьких журналів – А 4 (62,2 %); формату А 5 надало перевагу 32,4 % опитаних, 5,4 % – інша відповідь. Аналіз видавничого ринку України засвідчив, що найбільш поширені журнальні видання формату А 4.

За результатами опитування у журналах про сучасне мистецтво повинні переважати ілюстровані матеріали (вважають 88,6 % опитаних) та текстові публікації (11,4 %).

За спостереженнями респондентів, українських журналів на ринку мистецької продукції представлено дуже мало (так вважають 43,8 % опитаних), крім того, ті, що існують, потребують удосконалення (28,1 %), достатньою є кількість таких видань для 15,6 %, і недостатньою – для 12,5 % респондентів.

Найчастіше недоліки трапляються в оформленні видань та змістовому наповненні. Таким помилкам можна запобігти, правильно визначивши читацьку аудиторію, її потреби та смаки.

Результати проведеного нами опитування визначили потребу створення нового журналу про візуальне мистецтво, розрахованого на людей, що зацікавлені в таких сферах, як архітектура, скульптура, живопис, графіка, фотографія, дизайн. Мета видання – публікувати результати творчих пошуків молодих майстрів, висвітлювати оригінальні авторські розробки, доповнені якісним ілюстрованим матеріалом. Журнал розрахований на активну аудиторію віком від 16 до 35 років, які здобувають або здобули освіту. Часопис спрямований на розвиток творчої молоді в Україні та популяризацію нових напрямків зображувального мистецтва України та світу.

Журнал повинен стартувати в Інтернеті, аби можна було дізнатись більше про потреби аудиторії, прочитати її відгуки та пропозиції. Враховуючи суспільну думку, реакцію аудиторії, вдосконалене видання може вийти на ринок у друкованому форматі. Завоювавши інформаційний ринок Волинської області, є перспективи розповсюдження видання на рівні всеукраїнському. Редакція проводитиме заходи, спрямовані на заохочення до діяльності творчої молоді, один з яких – мистецький конкурс (переможець отримає кошти на організацію власної виставки, проведення і рекламу якої, бере на себе редакція журналу, крім того, роботи переможця надрукують на обкладинці одного з номерів видання).

Для просування видання на інформаційному ринку України варто спланувати кроки реалізації задуму: розповсюдження реклами в Інтернеті, зокрема у соціальних мережах; презентація журналу у вузах, ознайомлення аудиторії з першим примірником у спеціалізованих школах; безкоштовне розповсюдження першого номера в мистецьких галереях, на презентаціях, спеціалізованих виставках, ярмарках; розповсюдження інформації про новий журнал на культурно-мистецьких радіо-, телепередачах, спеціалізованих заходах.

Видання просуватиме українського митця на якісно новому рівні, й, таким чином, буде досягнуто основної мети: популяризації молодіжного мистецтва, ідей та проектів, інформування суспільства про культурно-мистецьке життя молоді за кордоном та в Україні задля розвитку творчої молоді.

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Проаналізувавши ситуацію на ринку української друкованої продукції мистецького спрямування, виявлено, що більшість видань присвячені висвітленню проблем літератури та кіно, незначна частина журналів презентує тематику класичного мистецтва, а найменша група видань присвячена сучасному візуальному мистецтву. Електронні журнали про сучасне мистецтво в Україні представлені на дещо кращому рівні, ніж традиційні. Зарубіжних часописів мистецького спрямування значно більше, проте часто естетика зображальної інформації видань виходить за межі прийнятної.

Відсутність якісного видання про сучасне мистецтво в Україні поглиблює ризик втрати талановитих митців, а разом із ними і сучасне вітчизняне візуальне мистецтво. Один із шляхів подолання проблеми вбачаємо у розробці ідеї нового журналу, який сприятиме популяризації української творчої молоді, створюватиме простір для її діяльності, заохочуватиме митців активно працювати та розвиватися саме в Україні, а не за її межами.

Запропоноване видання орієнтується на аудиторію, яка працює у сфері архітектури, скульптури, живопису, графіки, фотографії, дизайну. Часопис стане платформою для презентації та обговорення мистецьких новинок, для висвітлення творчих пошуків молодих майстрів. Таке видання зможе

зацікавити аудиторію віком від 16 до 35 років. Спрямований на розвиток творчої молоді в Україні та популяризацію нових напрямків зображального мистецтва, що починають розвиватися в Україні та світі, новий журнал зможе задовольнити запити потенційного читача.

#### *Література*

1. Ілляшенко М. Концепція популярного журналу про класичне мистецтво (досвід французьких видань) / М. Ілляшенко // Журналістика. – К., 2007. – Вип. 6 (31). – С. 73–79.
2. Москаленко А. З. Основи журналістики / А. З. Москаленко. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1994. – 341 с.
3. Пробудження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://waking-up.org/?lang=uk>
4. Склянка Часу\*Zeitglas [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zeitglas.io.ua/>
5. Коридор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korydor.in.ua/about>
6. Azh [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.azh.com.ua>
7. Асне Paper magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.acnepaper.com/>
8. Artforum magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://artforum.com/>
9. Art in America magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.artinamericamagazine.com>
10. Blend magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blendmagazine.org>
11. Elephant magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.framework.com/magazines/elephant>
12. Exit magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.exitmagazine.co.uk/news>
13. Frieze magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.frieze.com/magazine>
14. Idomenee magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.otheredition.com/magazinestand.php?magazine=indomenee&issue=special-art-basel-41-issue&magazineid=118>
15. Juxtapoz magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.juxtapoz.com/>
16. Provocatio magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://artvertep.com/authors/provocatio>
17. Shnick magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://shnick.com.ua/tegs/art>
18. 01 magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zero1magazine.com>

**Мазур Ю. В., Рожило М. А. Журнал о современном визуальном искусстве: риск потерять украинского художника.** В статье исследовано ситуацію на інформаційному ринку журналів о сучасному візуальному мистецтві, запропоновано їх огляд і аналіз, зроблено контент-моніторинг зарубіжних і вітчизняних видань. Досліджено особливості, переваги і недоліки зарубіжних і вітчизняних видань культурно-художественної тематики, що дає можливість зрозуміти специфіку, потреби і можливості журналів о сучасному мистецтві. Розроблено концепцію нового україномовного журналу о сучасному мистецтві, котрий би освітлював все його проявлення. Нове видання направлено на розвиток творчої молоді та можливість реалізації їх потенціалу в Україні. В дослідженні застосовано загальнонаукові методи аналізу, синтезу і узагальнення, а також кількісні (статистичний, контент-аналіз).

**Ключевые слова:** журнал, видання о культуре и искусстве, современное визуальное искусство, украинский художник, СМИ.

**Mazur J. V., Rozylo M. A. Magazine About Modern Visual Art as the Risk to Lose Ukrainian Artist.** The article deals with the situation in the information market of magazines about modern visual art, proposed their review and analysis made content monitoring foreign and national editions. Investigated the features, advantages and disadvantages foreign and native editions of cultural and art themes, which gives an opportunity to understand the specifics, needs and possibilities of modern art journals. The concept of new Ukrainian magazine about modern art, which would be highlighted all its manifestations. The new edition is aimed at development creative young people and the opportunity to realize their potential in Ukraine. The study used scientific methods of analysis, synthesis and synthesis, as well as quantitative (statistical, content-analysis).

**Keywords:** magazine, cultural and art edition, modern visual art, Ukrainian artist, audience, mass-media.

**Адреса для листування:** [julia\\_mazur\\_93@mail.ru](mailto:julia_mazur_93@mail.ru)