

О. В. Кравченко,
викладач кафедри
суспільно-гуманітарних дисциплін
Харківського національного університету
будівництва та архітектури

ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В КУЛЬТУРІ ПОВОДЖЕННЯ З ДОМАШНІМИ ТВАРИНАМИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Культура поводження з домашніми тваринами може розглядатися як єдність принципів та норм, які регулюють практику взаємодії людини з тваринами в контексті певного способу життя, що визначається цивілізаційними особливостями. Найбільш зручним об'єктом дослідження культури поводження з тваринами є домашні кішки та собаки, які мають тривалу історію співіснування з людиною. Протягом цієї історії сформувалися певні традиції, які уявляються такими, що існували завжди. Проте, в реальній практиці ми спостерігаємо чимало рис, які дозволяють їх характеризувати як інновації. Це стосується, в першу чергу, тих суспільств, які переживають процеси швидких трансформацій, зокрема українського, яке поступово долучається до європейських норм. Наша держава входить у десятку країн світу за чисельністю популяції домашніх кішок та собак на душу населення. Однак, кількість безпритульних кішок та собак свідчить про те, що потреби у великій кількості кішок та собак немає. Цей факт доводить наявність соціальної проблеми, на вирішення якої місцеві та державні бюджети витрачають чималі гроші. Щорічна кількість вилонених тварин у містах доходить до сотень десятків тисяч. Майже всі ці тварини підлягають знищенню. Але на вулицях з'являються нові кішки та собаки, які не мають домівок та хазяїв. Отже, нівелюється цінність життя живої істоти, що свідчить на користь актуальності формування культури поводження з домашніми тваринами.

Вирішення цієї проблеми в більшості розвинутих країн пов'язана з пошуком шляхів урівноваження чисельності домашніх кішок та собак із існуючим попитом на них. Здебільшого ідеться про впровадження комплексних програм поводження з тваринами, які передбачають заходи регулювання їхньої чисельності, що виключають насильство та жорстокість. Це робить більш гуманним саме суспільство та демонструє сучасні стандарти культури поводження з тваринами, що

відповідає гуманітарним традиціям цих суспільств та їхньому досвіду демократичного розв'язання соціальних проблем. Отже, культура поводження з домашніми тваринами зумовлена певною ідеологією, яка передбачає актуалізацію потреб людини в повсякденній соціальній практиці.

За часів радянської України культивувалося здебільшого утилітарне ставлення до домашніх кішок та собак, тобто, потреба в них була виправдана їхньою користю для людини, яка була суб'єктом господарювання. Це відповідало тоталітарній антропоцентричності світогляду радянських людей. Поодинокі ліберальні прояви представників наукової, інтелектуальної еліти щодо впровадження альтернативного, біоцентричного сприйняття природи, яке передбачає її самоцінність, суттєво не впливали на ментальність суспільства та існуючу політику поводження з тваринами. Важливим чинником змін й, відповідно, інновації в цій сфері стала демократизація суспільних відносин за часів незалежності. Зокрема, Україна однією з перших серед пострадянських країн у 2006 р. прийняла Закон «Про захист тварин від жорстокого поводження». Продовженням процесу гуманізації державної політики стала ратифікація Україною низки Європейських законодавчих норм, зокрема «Європейської конвенції з захисту домашніх тварин» 2013 р. Зміни на законодавчому рівні, зазвичай, є результатом змін у суспільстві. Прийняття цих норм було вимогою громадського суспільства та є свідченням початку демократизації у сфері поводження з тваринами. Саме демократизація у сфері поводження з тваринами є інноваційним трендом у культурі взаємодії людини та тварини. Як співвідносяться демократизація та ставлення до тварин, перш за все до домашніх кішок та собак? Очевидно, що утримання тварини детерміновано як правовими, економічними та політичними особливостями держави, так і соціальним статусом суб'єктів, що їх утримують, а також соціально-психологічними особливостями суспільства та моральними якостями людини.

Руйнація радянської тоталітарно-авторитарної системи призвела до збільшення уваги до особистості, забезпечення її потреб, прав та свобод. З іншого боку це вимагає більшої відповідальності людини за власний добробут та соціальну спроможність. Ерозія радянського колективізму серед багатьох людей спричинила відчуття самотності, подолання якої стимулювало пошук заміщення міжособистісних стосунків спілкуванням із тваринами. Попри низький рівень життя населення, в 90-х рр. ХХ ст. спостерігалось зростання попиту на домашніх

кішок та собак, який ще більше зріс на межі двохтисячних років. Тоді ж паралельно виникла і бізнес-індустрія у сфері поводження з тваринами: з'явилися виробники та дистриб'ютори товарів та спеціальних кормів для домашніх тварин, заснувалися приватні ветеринарні клініки, частіше організовувалися виставки собак та кішок. Образи собак та кішок використовувалися в рекламі, а в шкільних та дошкільних закладах з'явилися перші факультативні курси з гуманного ставлення до тварин – «Уроки доброти». Таким чином, тварини чим далі тим більше ставали звичними співучасниками формування культурного простору, особливо урбаністичного, були приводом для впровадження нових соціальних стандартів.

Проте, зміни у сфері поводження з тваринами в нашій країні є ще далекими від європейських норм, згідно з якими тварини мають бути не тільки захищеними фізично, а й юридично, з наданням їм відповідних прав. В Україні найбільш консервативною залишається комуніальна сфера, структури якої переважно ігнорують гуманне ставлення до тварин, особливо безпритульних. Зберігається традиція, що стійко існувала в радянські та дорадянські часи, коли безпритульних кішок та собак знищували, прирівнюючи їх до сировини або сміття. Такий стан речей існував та, на жаль, зберігається й сьогодні, не лише через нестачу економічного ресурсу, але й через брак механізмів гуманного регулювання чисельності тварин, запобігання жорстокості щодо тварин та забезпечення відповідального ставлення щодо них. Проте, ці проблеми залишаються периферійними як для більшості громадян, так і органів самоврядування, які виявилися нездатними їх вирішувати, навіть при достатньому фінансуванні. Отже, в практиці поводження з тваринами має місце інерція, що породжує соціокультурний дисонанс, який виявляється в неузгодженості цивілізаційних трендів та реальних практик. Імплементация європейських норм поводження з тваринами як на публічному, так і на приватному рівні є інноваційним чинником, який має сприяти подоланню традиції цілеспрямованого знищення тварин та гуманізації соціальних взаємовідносин в українському суспільстві.

Ю. М. Кравчук,
аспірант Київського національного
університету культури і мистецтва
м. Київ

ТУРИСТИЧНИЙ ПЛАКАТ ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ОБ'ЄКТ МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ

Плакат як засіб візуальної комунікації та об'єкт мистецтва і дизайну є надзвичайно чутливим до зовнішніх факторів, ґрунтовний аналіз яких необхідний для дослідження особливостей дизайну плаката та визначення вимог до нього. За визначенням критиків і практикуючих плакатистів, однією з важливих рис плакату є його актуальність та миттєве реагування на проблеми та потреби суспільства. «Унікальна особливість плаката – каже відомий японський плакатист Кейзо Мацуї – це його здатність відображати оточення. Плакат завжди змінюється в залежності від контексту, в якому існує, прагне до гармонії з середовищем свого існування». Плакат також завжди був виразником комерційних та ідеологічних засад [1].

Від усіх засобів графічного дизайну плакат відрізняється двома характерними особливостями: він завжди на виду і явно звернений до соціуму.

У наші дні багато графічних дизайнерів зосереджують свої зусилля, в першу чергу, на друкованих виданнях: журналах і книгах. Проте, плакат залишається найважливішою формою мистецтва графічного дизайну. Плакат характеризується єдністю простору. В цьому обмеженому просторі художник повинен злити в єдине ціле зображення і текст, щоби максимально точно висловити ідею. Той, хто оволодіє цим мистецтвом, легко може працювати і в інших жанрах.

По-справжньому хороший плакат повинен мати три рівня. Звичайно, він повинен привертати увагу пішоходів і велосипедистів, причому, бажано, ще здалеку, він має чітко висловлювати суть, послити. Але є і третій рівень: рефлексії й тлумачення. Якраз він найбільш важливий для художника. Наприклад, зображення на плакаті змінюється, коли підходиш ближче. Або при розгляданні раптом відкривається щось потаємне, те, чого не помітиш відразу. Тільки в цьому випадку спостерігач затримає погляд ще на одну секунду, і плакат закарбується в його пам'яті [3].