

представників цього напрямку. Протягом усього свого життя фіксував образи підсвідомості у своїх картинах та фотографіях. Критики вважають, що його творчість відображає автобіографічні події, адже художник, який пережив трагедії війни, смерть дружини та сина, міг вилити свій біль та емоції у творчості. Його роботи публікувалися в книгах, журналах та онлайн-галереях, мали значний вплив на сучасних фотографів та художників. Фотографії Бексинського експонувалися на численних виставках по всьому світу, змушуючи замислитись над сенсом життя та смерті.

Д. Фаррахова

**ФОТОГРАФІЯ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН: РОЛЬ ФОТОГРАФІЇ
В АКТИВІЗАЦІЇ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА
(НА МАТЕРІАЛІ ФОТОГРАФІЙ ДМИТРА КОЗАЦЬКОГО)**

D. Farrakhova

**PHOTOGRAPHY AS A TOOL FOR SOCIAL CHANGES: THE ROLE
OF PHOTOGRAPHY IN THE ACTIVATION OF CIVIL SOCIETY
(BASED ON DMYTRO KOZATSKYI'S PHOTOGRAPHS)**

Фотографія як засіб соціальної зміни завжди відігравала важливу роль у формуванні громадської свідомості та активізації громадянського суспільства через свою здатність викликати потужні емоції, вказувати на різноманітні проблеми та спонукати до дії. Вона може стати голосом для тих, хто не має можливості для саморозвитку, і каталізатором для змін у суспільстві.

В Україні є чимало прикладів авторів, що працюють у сфері соціально-ангажованої фотографії, як-от Олександр Чекмєнов, Олександр Гляделов, Мстислав Чернов чи Євген Малолетка. Слід зазначити, що в нашій країні мало не щороку стається низка подій, що можуть стати резонансними: лише один рік, 2014-й, став свідком Революції гідності, окупації Криму, початку російської військової агресії на сході країни. Однак, може, деякі із цих подій не мали б такого впливу на суспільство, якби не були висвітлені фотографіями та журналістами.

Також чимало фотографій, що вплинули на людей, принесло повномасштабне вторгнення Росії. Багато для кого початок цього періоду був несподіванкою, суспільство було налякано і нову реальність сприймало з потрясінням. У такий час зробити резонанс світлинами поточних подій було нескладно. Звісно, що людей більше зачіпають фотографії, що передають напругу та небезпечність ситуації, аніж буденність. Тому репортажі, зняті, наприклад, у Львові, не так чіпляли, як ті, що були зроблені безпосередньо біля лінії фронту. На початку ескалації війни висвітлення подій в Україні було важливим завданням як для українських, так і для іноземних журналістів. Однак мало хто з них знімав на тимчасово окупованих територіях та перебуваючи в оточенні ворога.

Навесні 2022 року суспільство сколихнуло бої в Маріуполі та на заводі Азовсталь. Місто, що одним з перших потрапило під удар ворога та пережило жахливі події, які в більшості були передані словами місцевих жителів, аніж фотографіями. Водночас під час перебування на заводі Азовсталь, не маючи вдосталь їжі, води та часу, українські захисники змогли задокументувати свою присутність там, свій побут, свій настрій та свою боротьбу.

Часто військові журналісти та кореспонденти зіштовхуються з думкою, що світлини війни це не про історію, а про експлуатацію актуальних подій, що такі кадри робляться для підігріву цікавості глядачів, не більше. Так, американська критикиня Сьюзен Сонтаг в есеї «Споглядаючи чужі страждання» (2003) пише, що під час Першої світової війни кадри зображували жахіття війни в епічно-піднесеному вигляді, подаючи жорстокість військових дій як благородних боїв за свою батьківщину. Натомість, подальші війни та конфлікти можна було знімати зблизька, показуючи реальну картину. Однак людство настільки призвичаїлося до таких жахів з екранів телевізору та шпальт газет, що перестало вважати це чимось торкаючим і незвичайним. Тобто, видається, щоб хоч трохи відчутти резонансу від суспільства, треба робити такі ще більш моторошні кадри. Потрібно фотографувати щось таке шокує, щоб твої світлини точно запам'ятали.

Натомість фотографії, що були зроблені на Азовсталі, не мали на меті зробити відомим щось або когось, створити популярність, ні, їх було зроблено, як пам'ять, що українські воїни тут були, боролися і захищали цей клаптик землі до останнього. До того ж, ніхто із захисників не був певен, що повернеться живим, тож залишали від себе хоча б свої роботи.

Хоча слід зазначити, що світлини виглядають дуже професійними. Однак їхній автор, Дмитро Козицький, окрім того, що є професійним військовим, також є фотографом, а отже, має естетичний смак, навички та знання у фотомистецтві, і може навіть у жахливих умовах зробити змістовні кадри, наповнені глибиною і сенсом.

Перед здачею в полон фотограф та захисник Маріуполя Дмитро «Орест» Козацький виклав у мережу авторські знімки. *«Поки я буду в полоні, залишу вам фото в найкращій якості, відправляйте їх на всі журналістські премії і фотоконкурси, якщо щось виграю, після виходу буде дуже приємно. Дякую всім за підтримку. До зустрічі»*, — написав автор 20 травня.

Його заклик було почуто. 3 червня стало відомо, що «Оресту» присудили нагороду польської премії за фотографії з «Азовсталі». Кадр під назвою «Азовець», на якому зображений один з побратимів автора, на паризькому конкурсі отримав першу премію в категорії *press / war*, у загальній категорії *Press* («преса») легендарна серія болючих фотографій з «Азовсталі» під назвою *“The Light will win”* («Світло перемаже») авторства Дм. Козацького посіла 2 місце.

На одній з найвідоміших світлин під назвою «Світло перемаже темряву» бачимо бійця Азову, на якого падає промінь сонячного світла, що проходить через проломлений дах. Зроблена вона, імовірно, в останні дні перебування на Азовсталі. Через масштабність простору навколо воїна можна зрозуміти, наскільки мало людей на такому великому просторі. За рахунок монументальності побудування, композиція набуває майже біблійної епічності, перетворюючи зафіксований момент на метафору, що ілюструє мотивацію та стан всього народу.

Інша фотографія, портрет побратима «Ореста», Михайла Діанова, показує реальність тогочасного перебування бійців на Азовсталі. Головний герой кадру, перев'язаний після поранень, з неймовірною втомою в очах, попри все, посміхається. Загалом, уся серія просякнута нескореністю та оптимізмом, з яким азовці захищали рідну землю. І в той же час Козацький зміг передати напругу і майже безвихідь становища, у якому він опинився.

Отже, такі символічні світлини, які випромінюють оптимізм та непокору ворогові, сколихнули не тільки українське, а й міжнародне суспільство. Показавши такими бійців Азову, автор допоміг нормалізувати ставлення до воїнів цього полку, адже раніше дехто був переконаний, що все, що так чи інакше пов'язане з націоналізмом, є поганим. За словами бійця, «Стереотипи про “Азов” щезли». Дмитро каже, що завдяки мужності бійців полку «Азов» та тим діям, які вони показали в Маріуполі, певні стереотипи у світовій спільноті відносно «азовців» щезли самі собою. «Підрозділ показав, що він просто бореться за свою землю, за свою територію і за своїх людей. Тому, не було, скажімо так, я не відчував якихось таких питань із цього приводу. Навпаки, відчувалася якась підтримка, тому з цього приводу було все нормально (під час спілкування з іноземцями. — Ред.)», — зазначив Дмитро Козацький в інтерв'ю для Радіо Свобода. Також серія цих фотографій об'єднала українців у той час та дала надію родинам бійців, що перебували на Азовсталі.

С. Галюк

ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ У СУЧАСНОМУ АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

S. Haliuk

FUNCTIONING OF CREATIVE INDUSTRIES IN THE MODERN AUDIOVISUAL SPACE

У процесі розвитку креативних індустрій у телевізійній сфері особливе місце належить вервечці розважальних програм, котрі продукують інтелектуальні ігри, вікторини, квізи (як то нині *зняті з українських ефірів «Перший мільйон»* (вітчизняний аналог популярної у світі телегри “Who Wants to Be a Millionaire?”), молодіжне інтелект шоу «LG-Еврика» (володар престижної національної премії «Телетріумф»), «Найрозумніший» (українська адаптація британського телевізійного проекту “Britain’s Brainiest Kid”, українська телеверсія командного інтелект-шоу «Що? Де? Коли?», свого часу продюгована телеканалами «Інтер», «Україна», «К1», «ICTV», «UA: Перший», «1+1 ін.), *донині продюговане* Новим каналом *квіз-шоу «Хто зверху»*, що, включаючи різноманітні конкурси, бліц-опитування та змагальні ігри, є доволі цікавою адаптацією “Battle of the Sexes” телевізійної компанії “Talpa”).

У середині ХХ століття і в європейському, і в американському культурному просторі ідеї створення таких популярних телевізійних проєктів, як вікторини, квізи, інтелектуальні ігри були запозичені та адаптовані до споживчого культурно мистецького ринку (через використання режисерами екранних засобів виразності) менеджерами й продюсерами індустрії телебачення у радіопередач. При цьому зазначимо, що ідея квізу походить від слова “quiz” і в перекладі з англійської мови означає — коротке тестування знань, перевірочні запитання, опитування, вікторина тощо. Тоді як сама концепція квізу і в бізнесі, і в маркетингу, і в розважальній, і в освітній сфері стала набувати популярності у Великобританії та США у 1920-х роках, стрімко поширившись у світі.

На початку 2000-х рр. в український телеобшир було вживлено специфіку телевізійних квізів європейського штибу, відмітною ознакою яких була і залишається певна спеціалізація й конкретна спрямованість як за напрямками знань, тематикою, так і цільовою аудиторією. Зазначимо, що в українських версіях,