

УДК 316.44

Цитування:

Тарасенко Ю. М. Симбіоз мистецтвознавчих практик і бізнесу. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 187–192.

Tarasenko Yu. (2021). Symbiosis of art studies and business. *Kultura i suchasnist : almanakh*, 2, 187 – 192 [in Ukrainian].

Тарасенко Юлія Миколаївна,
аспірантка Національної академії керівних
кадрів культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1310-4840>
juliatarasenko.art@gmail.com

СИМБІОЗ МИСТЕЦТВОЗНАВЧИХ ПРАКТИК І БІЗНЕСУ

Мета роботи. Стаття присвячена охарактеризуванню взаємодії та точки перетину мистецтвознавчих практик і бізнесу, аналізу проведених мистецьких заходах в діючих бізнес структурах та розширенню інструментарію для розбудови нової парадигми в системі «мистецтво-бізнес». **Методологія роботи** ґрунтується на структурно-функціональному і системному аналізі, статистичному методі, що полягає у пошуку та вивченні нових знань, міждисциплінарному підході, який передбачає дослідження проблематики при взаємодії мистецтвознавчих практик та діючих бізнес систем. **Наукова новизна** роботи полягає у тому, що вперше було здійснено практичне дослідження стосовно впливу мистецтвознавчих практик на бізнес структуру та проаналізовано мистецькі властивості, які здатні утворювати нові економічно-художні цінності та інтереси. **Висновки.** Питання взаємодії мистецтва і бізнесу достатньо нове та тільки розпочинає активно розвиватися. Однак існуючі стереотипи, що мистецтво і бізнес взаємовиключні позиції, вже почали своє зрушення та окреслили нові простори для своєї взаємодії. Мистецтво в сучасному суспільстві намагається вернутись в секуляризований простір оскільки воно володіє властивостями, які здатні на підсилення та трансформування сучасної системи бізнесу, що в глобальних наслідках може знайти свій відбиток в покращенні економічного стану України. Також, глибокий та змістовний погляд на мистецтвознавчі практики вкотре переконає ефективність не лише в естетико-художньому контексті, а також розкриває свій прагматичний та прикладний потенціал в сфері бізнесу.

Ключові слова: мистецтвознавчі практики, взаємодія, бізнес системи, симбіоз, корпоративна культура.

Tarasenko Yuliya, postgraduate, Kyiv Head of the Research and Publishing Department, National Academy of Culture and Arts Management

Symbiosis of art studies and business

The purpose of the article is devoted to the characterization of the interaction and intersection of art practices and business, the analysis of artistic activities in existing business structures, and the expansion of tools for building a new paradigm in the system of "art-business". **The methodology** is based on structural-functional and system analysis, statistical method, which consists in finding and studying new knowledge, interdisciplinary approach, which involves the study of issues in the interaction of art practices and existing business systems. **The scientific novelty** of the work is that for the first time a practical study was conducted on the impact of art practices on the business structure and analyzed the artistic properties that can form new economic and artistic values and interests. **Conclusions.** The issue of interaction between art and business is quite new and is just beginning to develop. However, the existing stereotypes that art and business are mutually exclusive positions have already begun to shift and outline new spaces for their interaction. Art in modern society is trying to return to a secularized space because it has properties that are able to strengthen and transform the modern business system, which in global consequences may be reflected in improving the economic condition of Ukraine. Also, a deep and meaningful look at art practices once again convinces the effectiveness not only in the aesthetic and artistic context but also reveals its pragmatic and applied potential in business.

Key words: art history practices, interaction, business systems, symbiosis, corporate culture.

Актуальність теми дослідження. В сучасному суспільстві питання взаємодії бізнесу та мистецтва стоїть досить напружено, проте має декілька важливих аспектів, починаючи з світоглядних до економічних. Взаємодія між зазначеними сферами здійснюється дуже в стислому форматі,

інвестування та замовлення творів мистецтва не входить в пріоритетні сфери бізнес формувань. Мистецтво довгий час сприймалось як окрема форма творчої чи духовної діяльності, яка здебільшого входить в контекст культурної сфери. В сучасному світі мистецтвознавство і бізнес дуже довго стояли

ніби нарізно, без намагання долучитись одне до другого, однак в нинішній стадії, з одного боку стрімкого глобального розвитку, а з іншого, стану невизначеності, стрімко збільшується пошук нестандартних інструментів для побудови нової парадигми в системі взаємодії мистецтва та бізнесу. Тому суспільство як ніколи перебуває в пошуках альтернативних і головне гуманних інструментів для відновлення морального, ціннісного, мотиваційного та духовного стану людей, зокрема тих, що включені в бізнес процеси. Серед інструментів, які здатні вплинути на покращення та оновлення багатьох суспільних процесів, в тому числі і в бізнес сфері, можуть бути мистецькі практики.

Аналіз досліджень і публікацій. На даному етапі, питання взаємодії чи інтеграції мистецтва в бізнес сферу є мало розробленою, науковців, що приділили увагу дослідженню цієї проблематики поки не велика кількість, серед них це питання фрагментарно висвітлювали: О. Іванців [4], Н. Латишева [5], М. Бровко [2]. Стосовно питання практичного застосування мистецтвознавчих практик у сфері бізнесу, взагалі не визначалось як об'єкт спеціального вивчення, що обумовило вибір для проведення автором статті експерименту та здійснення аналізу дослідження.

Мета дослідження. Дослідження присвячене виявленню точки перетину мистецтва і бізнесу, розкритті прикладної та функціональної складової мистецтвознавчих практик, що здатні здійснити вплив та покращення у функціонуванні бізнес структур. А також визначенні властивостей та особливостей мистецтвознавчих практик, які здатні призвести до позитивних зрушень в бізнес структурах, аналізу проведених досліджень в комерційних структурах.

Виклад основного матеріалу. Питання щодо взаємодії представників бізнесу та мистецтва завжди носило досить неоднозначний характер. Проблема є актуальною та дискусійною, оскільки кожна з цих сфер займають ключові позиції в соціально-культурному та економічному значенні. Зазначена тема давно є на часі, оскільки неодноразові спроби відповісти на питання: чи можливо, та де проходять точки перетину інтересів між мистецтвом та людьми бізнесу, залишається остаточно не визначеним. З одного боку, ці абсолютно різні сфери які стоять осторонь, але з іншого, вони досить допоміжні одне одному. Тому слід розібратися з поглядами на різних щаблях цього

глобального питання, що містить в собі потенційні можливості та поки що не визначені механізми для взаємодії, взаєморозвитку та взаємозбагачення цих інституцій.

Почати слід з очевидного становища: в суспільстві є митці і є люди бізнес орієнтованого напрямку. Стосовно митців, вони кожного року закінчують вищі учбові заклади та здобувають художню освіту. В подальшому перед ними постає питання професійної реалізації та пошук аудиторії, яка має зацікавленість і економічні можливості на придбання творів мистецтв. Однак, люди мистецтва здебільшого сприймаються як люди «абстрактно-творчого» чи «духовно-поетичного» світу, який є повною протилежністю прагматичному світу бізнесу. Майже сакральна форма мистецтва не може існувати без підтримки чи адекватної реалізації своєї мистецької діяльності. На жаль, автор статті неодноразово спостерігала, як відбувались відкриття виставок в спілці художників, на яких, в більшій мірі, присутні колеги та близькі до митця люди, що розділяли лише радість від події. Зрозуміло, що життя та професійна діяльність митця, підтримується завдяки продажу творів.

Сучасний український бізнес знаходиться в своїй економічній системі, та як показує досвід, фактичного перетинання бізнесу зі світом мистецтва або мистецтвознавством здійснює досить рідко, оскільки рахують цю сферу не пріоритетною для себе. Схожа ситуація відбувається і з мистецтвознавчою наукою, яка містить в собі великий арсенал з гуманітарного інструментарію, що здатний здійснювати зміни на глибокому рівні, однак залишається не використаним в значній мірі для бізнес сегменту. Однак, саме сьогодні, в умовах невизначеності, коли сучасна індустріальна революція вимагає нового для становлення особистості та нових підходів до бізнес процесів, слід взяти до розробки властивість, що притаманна мистецькій темі.

Сучасний бізнес зазнає стрімких змін, це не тільки боротьба, конкуренція але й соціальна відповідальність, інноваційність, пошук нових креативних ідей та вирішення нестандартних завдань. В зв'язку з цим, в суспільстві спостерігається тенденція, в якій зростає запит на персонал з творчим поглядом, які здатні продукувати нові, нестандартні ідеї, завдяки яким можлива підтримка, розвиток та виведення бізнесу на новий рівень. Безумовно, що творчі навички, мислення та дії, здатні

реалізувати люди, які мають це природно або змогли розвинути в собі цю якість. Взагалі, питання всебічного розвитку та досвідченості особистості впливає на зміни та оновлення як особистісних процесів, так і бізнес процесів.

Всі вище зазначені питання важливо об'єднати для того, щоб визначити в чому проявляється симбіоз між бізнесом та мистецтвом, яка користь та взаємодія можлива між ними, на перший погляд протилежними сферами.

На перший погляд, підприємці та художники протилежні за своїми психологічними властивостями, однак попри це, вони можуть мати точку перетину саме в сфері мистецтва. Так, при взаємодії кожна із сторін має можливість взаємного обміну та розвитку: підприємець має змогу збагачення своєї уяви та погляду завдяки тим інструментам, які використовуються в мистецькій практиці, а митець має змогу запозичувати знання та стан для структурування і розбудови своєї справи для успішної її реалізації. Точка перетину надає можливості обміну погляду на оточуючий світ, корекції існуючої справи, розвиток креативності, балансу між матеріальним та духовним, ідеєю та процесом втілення в життя.

Розгортаючи це питання, слід звернутися до думки Т. Чернігівської «...гениальність, озарення і креативні ідеї, рождаються із асоціацій. Вони не приходять по заказу із ума» [7]. Також представниця нейролінгвістики порівнює працю мозку з «jam session». Коли збираються музиканти з різними музичними інструментами з різних кутків світу, і починають без партитури і попередньої репетиції грати спільну музику. Тобто, кожен з них імпровізує, а всі разом вони виконують гармонійний музичний твір. Схожий механізм відбувається і в мозку людини, коли під час вирішення складного питання чи розробки нової ідеї мозок людини починає активувати різні відділи кори головного, щоб дістати потрібні знання. Тому, як зазначає Т. Чернігівська, людині важливо тренувати творчий мозок мистецькими практиками. Особливо вона наголошує на те, що вплив цифрових технологій, які провокують спрощення роботи мозку приводять до наслідку падіння рівню інтелекту та академічної успішності, також вона визначає, що мистецтво – це інший «регістр» мислення. Відомою тезою Т. Чернігівської також є те, що мозок повинен займатись тяжкою для нього працею, адже саме від цього якість нейронних

мереж ущільнюється [7]. Зазначену думку підтримує і Річард Нісбетта, вказуючи на те, що культура може сприяти розвитку інтелекту та академічним успіхам [6].

Повертаючись до практичної взаємодії та співвідношення мистецтва і бізнесу, поглянемо на досвід теоретиків зарубіжного класичного менеджменту. Серед них Гаррет Джонстон, міжнародний експерт по маркетингу, вважає, що мистецтво необхідно бізнесу як головне джерело креативності. На його думкою, мистецтво це те, що людина міняє, і те, що змінює людину. Важливою складовою мистецтва є те, що воно, як гуманітарна наука, підштовхує людину до самореалізації, допомагає змінити фокус з поняття базових потреб на поняття соціальної та культурної спадщини. Розуміючи мистецтво, прислухаючись до свого внутрішнього відгуку на ті чи інші витвори мистецтва, людина починає глибше розуміти себе, свою природу та вподобання [3].

Все вищезазначене має своє суттєве значення до теми симбіозу мистецтва та бізнесу і потребує глибокого різнобічного вивчення. Так, розглядаючи питання в даному контексті, а саме впливу мистецтвознавчих практик на комерційні структури, слід торкнутися тих ключових питань, які найгостріше постають перед керівниками чи власниками. Наприклад, розвиток і освіта персоналу, формування ключових компетенцій менеджерів, використання творчого підходу, формування корпоративної культури, мотивації працівників, команди створення та інше.

Будь-яка система прагне підняти себе на більш високий рівень розвитку, незалежно від стану в якому ця система перебуває. Та оскільки головною рушійною силою, в сучасному світі, ще залишається людина, а не роботи, то важливо знайти інструменти, які зможуть надати підтримку чи розвиток емоційних та інтелектуальних ресурсів персоналу.

Розкриваючи цей аспект, слід взяти до уваги те, що практичне застосування мистецтвознавчої науки, в сучасному бізнес середовищі, займає дуже низький попит. За великим рахунком, це вузько спеціалізована сфера, яка є базовою для світу образотворчого мистецтва. Однак, в умовах сьогодення, та за думкою бізнес-коуча Ірини Хакамади, яка зазначає, що людина і компанія в значній мірі розвиваються через конкуренцію, конфлікт чи обмеження, тому важливо використовувати різні інструменти розвитку, до переліку яких

доречно долучати і мистецтво. Так, с першого погляду це може викликати непорозуміння, адже це поєднання протилежностей, проте умови прогресу такі, містяться велика кількість протиріч чи «конфлікт» думок, завдяки яким відбувається зріст та ефективність в бізнес сфері. Таким чином, поєднуючи цю думку з мистецтвознавчими практиками ми маємо змогу провести аналогію бізнес процесів на процеси пізнання мистецтва, особливо коли порівнюємо твори різних митців, епох або класичне мистецтво з сучасним. Такий погляд наочно демонструє різноманітність в якій і посідає питання «конфлікту», завдяки якому можливе тренування поглядів, мислення, концептів та використання поліваріативного процесу розбудови бізнесу [8].

Погляд на мистецтвознавство – це не тільки погляд, як на науку, це інше явище, про яке можна сказати «квант досвіду». У мистецтвознавчої науки є дуже багато історій, але це більше ніж написаний текст чи розповідь про твір образотворчого мистецтва. Мистецтвознавчі історії це культурний, лінгвістичний, метафоричний та психологічний соціальний феномен, це те, що зшиває людське життя і виводить на здобуття нового досвіду. Це додатковий інструмент розвитку, завдяки якому, через мистецькі приклади та історії здійснюється трансформація та новий спосіб реагування на життєву реальність. Це спосіб конструювати, деконструювати та реконструювати реальність.

Вищезазначена теза є не лише теоретичним визначенням, щодо симбіозу мистецтва та бізнесу, цю тему втілювала в життя компанія McGraw-Hill (США), яка займається арт-освітою і підготовці кадрів керівних посад, а також питанням особистісного розвитку. Освітні програми цієї компанії здебільшого побудовані на творчих методах, що допомагають формувати ключові компетенції управлінців і менеджерів, використовуючи в традиційних засобах освіти. Важливим фактором розвитку та конкурентоспроможності, компанія розглядає саме креативність, як ключову бізнес-компетенцію, що складає основу інновацій.

Також, виокремився такий вагомий аргумент, що мистецтвознавча практика здатна розривати шаблонне та стереотипне мислення, яке надає можливості генерувати нові та нестандартні ідеї для бізнесу, що робить його більш конкурентоспроможним.

Розглядаючи арт-освіту в якості трансформаційного засобу, нами було створено

програму з історії образотворчого мистецтва, яка була запропонована таким комерційним структурам як: Amel Dental Clinic (стоматологія), АТБ (мережа магазинів), Гір Інтрнешнл (виробництво цегли), Кліматек (система кондиціонування), Дніпропромліт (ливарне виробництво), Luxoft (розробка програмного забезпечення). Програма містила в собі концентровані знання з історії образотворчого мистецтва, які пропонувались розглядати з різних кутів, а саме: історичного, філософського, стилістичного, художнього та інше. Для проведення експерименту в зазначених структурах важливим моментом було – зацікавити в освітньому проекті та отримати згоду у керівників, адже запропонована тематика була далекою від бізнес освіти, та не мала передбачуваних результатів, які можливо вивести в ключові показники ефективності (англ. Key Performance Indicators, KPI) – це числові показники діяльності, які допомагають виміряти ступінь досягнення цілей або оптимальності процесу, а саме: результативність і ефективність.

Визначити однозначно реалії та перспективи, які можливі при інтеграції мистецтвознавчої практики, виявилось складним питанням. Однак розуміння того, що мистецтво здатне виступити як катализатор для відкриття людського потенціалу та вивести людину на рівень високих цінностей, на цьому сходились всі керівники, які приймали рішення в бік проведення мистецького заходу в своїй компанії Крім того важливими виявились такі питання: по-перше, як побудована освітня мистецтвознавча програма для бізнес сегменту, по-друге, завдяки якому підходу можливо досягти вище запропонованих результатів чи здійснити позитивні зрушення.

На попередньому етапі обговорень, нами були надані аргументами та ймовірно очікувані результати серед яких:

- розвиток у персоналу здібностей, які допомагають креативно мислити;
- підвищення ефективності за рахунок активності правої півкулі мозку;
- розвиток стратегічного, тактичного та вільного мислення;
- розвиток само мотивації на рівні високих цінностей;
- можливість інтегрування мистецьких ідей в бізнес процеси;
- формування корпоративної культури та цінностей;
- підвищення іміджу та особистісного бренду;

–підвищення інтелектуального і естетичного потенціалу працівників.

–можливість компенсувати працівникам витрачену інтелектуальну складову;

–розвиток локального та глобального бачення та мислення;

–підіймає рівень стресостійкості;

–емоційно-інтелектуальний розвиток та естетичне наповнення;

–формування еліти суспільства.

Додатково до вищезазначених очікуваних результатів було долучене таке обґрунтування: людина в процесі мистецтвознавчої практики-лекторію, починає будувати нові структури мислення. При наданні нової інформації відбувається процес конструювання, тобто, отриманні знання нашаровуються до існуючих, логічність пов'язується з метафоричністю і абстрактністю. Також відбувається «асиміляція» знань завдяки активації різних видів пам'яті та реакції дзеркальних нейронів. Додатково підключаються почуття, реакція на колір, сюжет, історію, епоху та іншу складову твору, що впливає на процеси розширеного кута зору. Таким чином відбуваються розумові і асоціативні процеси в ході яких, зливаються воедино різні елементи і способи мислення. У тому числі, метою запропонованого мистецтвознавчого заходу було здійснити певний тренувальний процес, завдяки якому можливе сприяння та розвиток глобального і локального погляду на бізнес процеси. Слід відзначити важливість цих заходів, які направлені на поєднання мистецтва та бізнесу через освіченість підприємців в мистецтві, які потенційно можуть розширити коло колекціонерів та як наслідок, підняти рівень українських митців.

Визначаючи характеристики, які можливо запозичувати з мистецьких практик та нашаровувати на бізнес є саме процес атрибуції творів образотворчого мистецтва. Цей процес має певну спорідненість з таким важливим елементом сучасних бізнес процесів, як стратегічна сесія, одна із ефективних форм праці серед управлінців. Перед сучасниками сесії постають багаторівневі задачі пов'язані з організацією та веденням бізнесу, що впливають на успішність. Також, зазначений процес надає можливості не лише народжувати нове, вчитися та розмірковувати, це елемент який підвищує колективну ефективність та здатність кардинально змінювати пере обмірковувати, перенавчатися та відсікати все зайве.

Зазначені навички, в умовах невизначеності стають важливим режимом для людського бізнес мислення. Важливість ставити під сумнів не тільки існуючі рішення та інструменти досягнення, але й самі цілі. Навички переосмислення в турбулентній бізнес сфері стають на рівень з іншими фундаментальними навичками. Коли підприємець навчається аналізувати бізнес стратегію як мистецтвознавець в нього виникає можливість пере перевіряти висунуту бізнес ідею-гіпотезу на життєздатність. Також модель мислення через призму моделі мистецтвознавчих практик значно покращує навички людини, яка веде складні бізнес переговори. До цього, слід також додати, що обізнана людина в сфері історії мистецтва, яка займається міжнародною діяльністю та спілкується з міжнародними партнерами здатна підсилити не лише персональний імідж чи корпоративний, але і імідж України.

До складу арт-образотворчої програми було частково внесено концепцію з мистецтвознавчої освіти, яку отримують фахівці з мистецтвознавчого напрямку. Запропонований проект містив в собі квінтесенцію знань з історії образотворчого мистецтва, в якому містились, на наш погляд, знакові періоди та твори побудовані в хронологічному порядку з візуальною демонстрацією. Надану програму намагались доносити учасникам без складних визначень та термінів, орієнтуючись на широке коло слухачів, однак взагалі дотримувались більш професійної стилістики. За обсягом вся програма була розрахована на 10 зустріч по 2,5 години, загальною кількістю 25 годин.

Обробка даних після впровадження програми з мистецтвознавства в бізнес структурах показала первинні результати, а саме: в компаніях спостерігалось підвищення комунікативної активності, палкі обговорення після отриманої інформації. Відбувались колективні відвідування музеїв та культурних заходів міста. В кабінетах та загальному просторі почали розташовуватись картини та настільні скульптури.

Разом із тим, серед бізнес структур, в яких впроваджувалась мистецька практика, компанії Amel Dental Clinic вдалось зафіксувати свої показники. Так, за 7 зустріч, загальним обсягом 17,5 годин, які відбулись протягом 5 місяців, обсяг прибутку компанії збільшився на 10 %. На жаль, карантинні норми перешкодили надалі здійснити заплановані заходи в повній мірі. Однак, виявлені за

первинним аналізом результати, дають можливість вважати, що вплив мистецьких практик мають свою рушійну силу. Звісно, ці результати не можливо достеменно зафіксувати та підтвердити 100%, оскільки існують та впливають інші чинники, проте певна активність практик на структуру все ж таки відбулась.

Висновки. Питання взаємодії мистецтва і бізнесу достатньо нове та тільки розпочинає активно розвиватися. Однак існуючі стереотипи, що мистецтво і бізнес взаємовиключні позиції, вже почали своє зрушення та окреслили нові простори для своєї взаємодії. Мистецтво в сучасному суспільстві намагається вернутись в секуляризований простір оскільки воно володіє властивостями, які здатні на підсилення та трансформування сучасної системи бізнесу, що в глобальних наслідках може знайти свій відбиток в покращенні економічного стану України. Також, глибокий та змістовний погляд на мистецтвознавчі практики вкотре переконує ефективність не лише в естетико-художньому контексті, а також розкриває свій прагматичний та прикладний потенціал в сфері бізнесу.

Література

1. Батичко Г. І. Мистецькі заходи як чинник культуротворення: регіональний аспект. *Вісник Маріупольського державного університету*. 2017. № 13, С. 22–28.
2. Бровко М. М. Методологічні аспекти дослідження феномена активності мистецтва. *Гуманітарний часопис*. Київ. 2004. № 1. С. 14–23.
3. Джонстон Г. Для чого нужно искусство. URL: <https://www.theartnewspaper.ru/posts/2538/> (дата звернення: 7.09. 2021).
4. Іванців О. Метафорична модель «Бізнес-це мистецтво» як засіб формування корпоративного іміджу. *Культура і сучасність*. 2013. № 5, С. 151–156.

5. Латишева Н.А. Художник, искусство и бизнес. *Национальная ассоциация ученых*. 2016. №8, С. 57–60.

6. Нисбетта Р. Что такое интеллект и как его развивать. Роль образования и традиций. Анф. Москва. 2013, с.720.

7. Чернігівська Т. Мозок та мистецтво. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=9w6PlnlU8WE> (дата звернення: 07.11.2021).

8. Хакамада И. О балансе, силе изменений и пути к себе. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JHJM9DIOLwY&t=1997s> (дата звернення: 25.06. 2021)

References

1. Batychko, H.I. (2017). Artistic events as a factor of cultural creation: regional aspect. *Bulletin of Mariupol State University* 13, 22-28 [in Ukrainian].

2. Brovko, M.M. (2004). Methodological aspects of the study of the phenomenon of activity art. *Humanities magazine*. 14-23 [in Ukrainian].

3. Johnston G. What is art for. <https://www.theartnewspaper.ru/posts/2538/> [Accessed 7 August 2021].

4. Ivantsiv O. (2013) Metaphorical model "Business is art" as a means of forming a corporate image. *Culture and modernity*, 5, 151–156 [in Ukrainian].

5. Latisheva N. (2016) Artist, art and business. *National Association of Scientists*, 8, 57-60 [in Ukrainian].

6. Nisbetta R. (2013) What is intelligence and how to develop it. The role of education and tradition. *Anf. Moscow*. 720 [in Russian].

7. Chernihivskaya T. Brain and art <https://www.youtube.com/watch?v=9w6PlnlU8WE> [Accessed 7 November 2021].

1. Khakamada I. On balance, the power of change and the path to oneself. <https://www.youtube.com/watch?v=JHJM9DIOLwY&t=1997s> [Accessed 25 July 2021].

Стаття надійшла до редакції 25.06.2021

Отримано після доопрацювання 21.07.2021

Прийнято до друку 28.07.2021