

7.Суперанская А. В.Общая терминология : вопросы теории/А. В. Суперанская.–М.: Наука, 1989.–243с.

Гілязова Н.М.,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри дизайну
Університету Короля Данила,
м. Івано-Франківськ

ВІТРАЖ У САКРАЛЬНІЙ АРХІТЕКТУРІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА: КАПЛИЦЯ БОЖОГО МИЛОСЕРДЯ

Пам'ятки архітектури є важливою складовою культурної спадщини народу. Майже всі пам'ятки сакральної архітектури, на території м. Івано-Франківська та області, були передані у власність або користування релігійним громадам, які самотужки повинні забезпечити відновлення, реставрацію та збереження споруд [4]. За останні роки у м. Івано-Франківську повністю було відновлено лиш одну каплицю, яка знаходиться на території Центральної міської клінічної лікарні – каплиця Божого милосердя. Вона вважається однією з найдавніших в Івано-Франківську. Архівних даних, щодо періоду зведення, не збережено, тому можна припустити, що каплиця збудована в один час з лікарняним корпусом, близько 1840 р.

Реставраційно-відновлювальний проект та нагляд за ремонтними і художньо-оздоблювальними роботами у 2016-2017 р.р. здійснив В. Федоряк.

До початку роботи споруда була практично зруйнована та занедбана (Іл.1). У процесі відновлення автентичними залишилися несучі стіни з цегли, фризи білого кольору, камінь, яким оздоблений фундамент та дерев'яна конструкція даху. Все інше – вікна, двері, дах та інтер'єр повністю створені заново. Оскільки внутрішня частина споруди була знищена повністю, автор прийняв рішення створити інтер'єр аскетичним із мінімальними декоративними елементами: «...щоб хворий, який прийде помолитися за здоров'я, не відволікався на декор, тим паче, що не відомо які були розписи...» [1]. Тому стіни пофарбовані у символічний білий колір, який в церковній іконографії має символічне значення небесного сяйва, яке перетворює, преображає, очищає й освячує все земне і матеріальне [3, с.105].

На стінах, симетрично з двох боків до вхідних дверей, залишені фрагменти з не оздобленої цегли у формі рівностороннього хреста, що нагадує знак Червоного Хреста. Хрест з перших віків і до сьогодні

Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки

Матеріали III Міжнародного науково-практичного симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 17 травня 2019 р.)

став образом спасіння, а не смерті, який глибоко увійшов у свідомість людей і залишається незамінним елементом християнської церкви [3, с. 53].

Контрастним доповненням до білих стін є ковані світильники чорного кольору, що розміщені по периметру приміщення. Вони мають форму спрощеного хреста із раменами-трилисниками, у якого верхнє і горизонтальні рамена однакові за розміром, а нижнє довше. Це сучасний різновид хреста, який можна побачити в оздоблені храмів УГКЦ.

Зміни в кін. ХХ-поч. ХХІ ст. у церковній політиці, суспільні настрої, естетичні смаки громад, постійно вносили корективи в традиційні інтер'єри і таким чином вітраж почав широко застосовуватися в інтер'єрах храмів разом зі всіма іншими канонічними елементами оздоби.

Над вхідними дверима знаходиться вітраж півкруглої форми. У нижній частині композиції по центру розміщений міжконфесійний хрест, який зібраний зі скла жовтогарячого кольору. Від хреста відходять промені сонця на фоні неба. Вітраж, інтерпретований автором у площинно стилізованій манері, сформований з вузьких смуг різної довжини жовтогарячих, білих та синьо-голубих відтінків скла, що розміщені навколо хреста (Іл.2).

Звернення автора до зображення хреста у вітражах каплиці та декоративних елементів в оздобі є типовим елементом храму. Хрест з давніх часів увійшовши в християнську іконологію, залишається дотепер для людства образом спасіння. Тому жоден твір мистецтва церковного призначення не обходиться без присутності знаку хреста. По півколу вітраж огортає широка бандероль білого кольору з надписом Ісусе, уповаю на Тебе.

Вдале поєднання шматків різнофактурного скла творить виняткової сили декоративно-пластичне звучання вітража, що несе в собі емоційний заряд і тримає в полі тяжіння весь інтер'єр каплиці.

Вище вхідних дверей розміщене ще одне засклення у круглому вікні – розеті. Композиція та манера формування вітража продовжується від попереднього – сонячне проміння на тлі блакитного неба.

Вітраж не зовсім проглядається з інтер'єру, а має скоріше символічне значення. Вікно підсвічується і його добре видно з лікарні. За словами о. Р. Терлецького: «Вікно, яке світиться вночі дає надію хворим на одужання і, що про них пам'ятає Бог...»[2].

Наступне засклення розміщене у верхній частині бічних дверей в захрестя. У центрі вітража символ Святого Духа на фоні сонця з променями, що відходять у різні сторони від голуба та неба. Зображення алегоричного образу голуба створене за традицією іконографії – у фас з

Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки

Матеріали III Міжнародного науково-практичного симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 17 травня 2019 р.)

розкритими крилами. Він змодельований з цільних шматків скла білих відтінків. Голуб як образ Святого Духа фігурує у Біблії при описі сцени хрещення Ісуса Христа у річці Йордан Іваном Хрестителем. У церковному мистецтві голуб є символом Святого Духа. З голубом асоціюють такі духовні цінності, як невинність, покірливість, скромність [3, с. 51].

Цільні шматки скла білого кольору голуба, завдяки чому вони доволі контрастні на тлі сонця і неба, яке змодельоване з вузьких смуг жовтих та блакитних відтінків скла. Метод формування вітража за допомогою великих мас на тлі дрібних є доволі вдалий, композиція має цілісний вигляд, його додатково підкреслює ще й темна, пластична лінія спайки (Іл. 3).

Завершує вітражну оздобу каплиці кругла кована люстра з вітражем. Площина розділена на хрест двома тонкими смугами з темно-зеленого скла, кожна з яких увінчана хрестом. По центру кола розміщена широка кайма, орнамент якої створений з таких же темно-зелених та фіолетових хрестів. Такі хрести є найпоширенішим мотивом української народної орнаментики, зокрема в гуцульському писанкарстві.

Композиція вітража базується на зіставленні контрастів – цільного білого тла та пластичнотрактованого орнаменту в центрі. Цей контраст підсилює колористика, побудована на стриманості тла та барвистості вирішення центральної площини світильника.

Підсумовуючи зазначимо, що проведений аналіз дозволяє стверджувати, що при створенні вітражів у відновленій каплиці Божого милосердя автор застосувавши власну манеру виконання вдало інтерпретував усталену іконографію, збагачену оригінальними мистецькими прийомами. Вітражі демонструють витончене мистецтво перетворення сонячного світла у “світло краси”.

Список використаних джерел

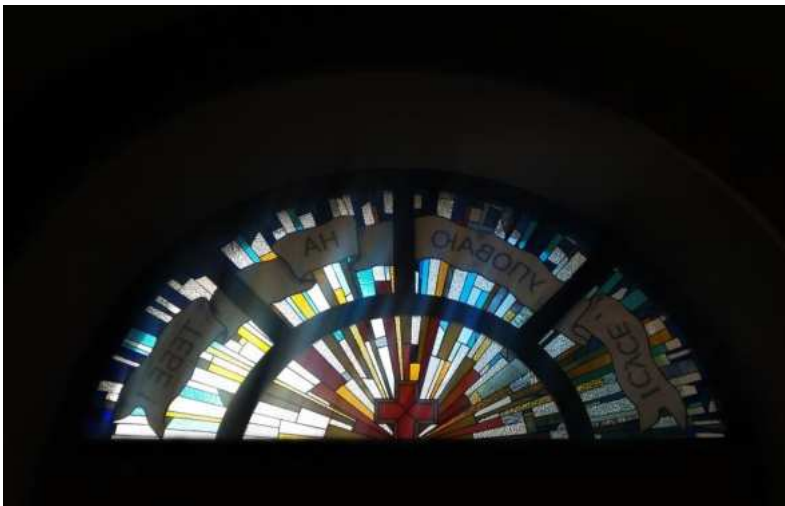
1. Запис Н.Гілязової в м. Івано-Франківськ від Валер'яна Федоряка 1968 р.н.
2. Запис Н.Гілязової в м. Івано-Франківськ від о. Романа Терлецького.
3. Степовик Д. Іконологія й іконографія / Д. Степовик. – Ів-Фр.: Нова Зоря, 2003. – 318 с.: іл.
4. Офіційний веб-сайт Івано-Франківської ОДА [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.if.gov.ua/?q=news&id=7483>

**Концептуальні проблеми розвитку сучасної
гуманітарної та прикладної науки**

Матеріали III Міжнародного науково-практичного симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 17 травня 2019 р.)



Іл.1. Каплиця Божого Милосердя.
м. Івано-Франківськ



Іл.2. В.Федоряк. Вітраж у каплиці Божого Милосердя.
2017 р. м. Івано-Франківськ



Іл.3. В.Федоряк. Вітраж у каплиці Божого Милосердя.
2017 р. м. Івано-Франківськ

Говера О.І.,
викладач кафедри
Університет Короля Данила
м. Івано-Франківськ

СОЦІОЛОГІЯ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ДЛЯ ТК БУКОВЕЛЬ

«Маркетингові дослідження — це збирання, оброблення й аналіз даних з метою зменшення ризику і невизначеності, що супроводжує прийняття маркетингових рішень».[1]

Невід'ємною частиною маркетингових досліджень є соціологічний зріз, який б відображав загальну картину негативного\позитивного\нейтрального ставлення громадськості до бізнесу. Тому важливим залишається етап фахового підходу до вивчення потреб споживачів товару чи послуги.

Для ТК «Буковель», як і для кожного об'єкту конкурентного середовища, одним з першочергових маркетингових завдань є ефективне медіапланування,

Медіапланування – процес оптимального планування медіаканалів та медіаносіїв для донесення рекламного звернення обраній цільовій аудиторії підприємства для досягнення цілей рекламного впливу.[2]

Задля збалансованого медіапланування і проводяться соціологічні дослідження, які дадуть маркетинговому відділу поінформованість про потреби теперішніх і потенційних клієнтів, оскільки вони допомагають виокремити цільову аудиторію і ті засоби масової комунікації, якими