МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

КУЛЬТУРА І МИСТЕЦТВО: СУЧАСНИЙ НАУКОВИЙ ВИМІР

Матеріали ІІ міжнародної наукової конференції
молодих вчених, аспірантів та магістрів

6–7 грудня 2018 року

Київ – 2018

УДК 7.01:008

Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали ІІ міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, 6–7 груд. 2018 р. *М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец.* Київ: НАКККіМ, 2018. 372 с.

Збірник матеріалів присвячено актуальним питання гуманітарних наук, експертної діяльності в галузі культури і мистецтва, соціокомунікаційним процесам в інформаційній, бібліотечній й архівній справі, традиціям та сучасним напрямам сценічного й аудіовізуального, а також музичного мистецтва. До того ж, висвітлено теоретико-практичний міжкультурний потенціал соціокультурної послуги, практики дизайну і реклами, аналізовано стан, проблеми і перспективи хореографічної культури у державотворчому процесі.

Рекомендовано науковим співробітникам, працівникам бібліотек, викладачам і студентам вищих навчальних закладів та широкому коло читачів.

Редакційна колегія:

Литвин С. Х., доктор історичних наук, професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зав'язків НАКККіМ *(голова редколегії)*

Іванов С. В., доктор хімічних наук, професор, перший проректор НАКККіМ *(заступник голови редколегії)*

Члени редакційної колегії:

Андресюк Б. П., доктор політичних наук, професор, директор Інституту дизайну та реклами НАКККіМ

Дичковський С. І., кандидат педагогічних наук, доцент, директор Інституту практичної культурології та арт-менеджменту НАКККіМ

Кулиняк М. А., кандидат мистецтвознавства, доцент, директор Інституту сучасного мистецтва НАКККіМ

Герчанівська П. Е., доктор культурології, професор, завідувач кафедри культурології та інформаційних комунікацій НАКККіМ

Карпов В. В., доктор історичних наук, завідувач кафедри мистецтвознавчої експертизи НАКККіМ

Копієвська О. Р., кандидат педагогічних наук, професор, заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри арт-менеджменту та івент-технологій НАКККіМ

Хоролець Л. І., професор, народна артистка України, завідувач кафедри сценічного та аудіовізуального мистецтва НАКККіМ

Корисько Н. М., доцент, заслужений працівник культури України, заступник завідувача кафедри хореографії НАКККіМ

Мустафаєв Ф. М., народний артист України, завідувач кафедри естрадного виконавства НАКККіМ

Прищенко С.В., доктор наук габілітований у галузі дизайну, професор кафедри графічного дизайну, завідувач відділу аспірантури та докторантури НАКККіМ

Денисюк Ж.З., кандидат культурології, доцент, завідувач відділу наукової та редакційно видавничої діяльності НАКККіМ

Тишкевич К.І., заступник завідувача відділу наукової та редакційно-видавничої діяльності НАКККіМ

Рекомендовано до друку Вченою радою
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
(протокол № 6 від 27грудня 2018 року)

Позиція авторів може не збігатися із позицією редакційної колегії збірника.
Автори несуть повну відповідальність за викладений матеріал.

© Автори матеріалів, 2018
© НАКККіМ, 2018

ЕКСПЕРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ГАЛУЗІ КУЛЬТУРІ І МИСТЕЦТВА

Карпов Віктор, *доктор історичних наук,*
завідувач кафедри
мистецтвознавчої експертизи НАКККіМ

ЕКСПЕРТИЗА КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Мета полягає у проведенні практичного дослідження ринку надання послуг з експертизи культурних цінностей та формування парадигми нової культурної індустрії. Застосування наукових методів дозволяє розкрити сутність феномену функціонування ринку надання послуг з експертизи культурних цінностей, визначити його динаміку та сформувати пропозиції з інноваційного розвитку.

До завдань наукового дослідження віднесено визначення особливостей культуроніки ринку надання послуг експертизи культурних цінностей. Проблема досліджується вперше з позицій існуючого законодавства, законодавчих ініціатив та на прикладі його практичного застосування.

Актуальність теми. Культурна політика в галузі організації та проведення експертизи культурних цінностей відображена у сформованому за роки періоду незалежності України законодавстві. Попит на проведення експертизи виникає при оцінці надходжень предметів до бібліотеки, архіву чи музею щодо визначення їх культурного та історичного значення при прийомі до музейного, архівного чи бібліотечного фонду, що визначено відповідними законами. Також вагомим є попит на проведення експертизи при необхідності вивозу культурних цінностей за кордон. Тут державна експертиза культурних цінностей проводиться з метою захисту культурної спадщини від несанкціонованого та небажаного вивезення і збереження у національному культурному фонді предметів, що мають важливе значення для культури.

В Україні законодавчо врегульовано питання проведення експертизи культурних цінностей при переміщенні їх через державний кордон. Уряд та Міністерство культури України не створили державний орган з проведення експертизи, а надали такі повноваження значній кількості установ та організацій. Контроль за наявністю у таких організаціях фахових експертів відсутній.

Проте, в Україні сформувався і діє приватний ринок надання послуг з експертизи культурних цінностей, який не пов'язаний із питанням перетину державного кордону і функціонування якого потребує урегулювання. Питання способу організації експертної діяльності в галузі культури й визначає актуальність теми дослідження.

Надання послуг з експертизи культурних цінностей можна розглядати як новітній феномен культурної індустрії. У цьому значенні ця проблематика ще не ставала предметом самостійного наукового студіювання і це відкриває нові можливості для визначення пріоритетів розвитку цієї сфери.

Інновації у цій сфері полягають у запровадженні ліцензування діяльності експертів, встановленню контролю за рівнем об’єктивності експертизи, інформатизації самого процесу, а також утворенні єдиного державного органу з оцінки культурних цінностей і позбавлення невластивих функцій інших установ. Вбачається за необхідне посилення фахової підготовки експертів у вищих навчальних закладах мистецького спрямування.

Виклад основного матеріалу. Правові відносини у царині обігу культурних цінностей регулює Закон України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей». Заявлено, що він спрямований на охорону національної культурної спадщини та розвиток міжнародного співробітництва України у сфері культури.

Міністерство культури України, як центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у цій сфері затверджує порядок оформлення права на вивезення, тимчасове вивезення культурних цінностей та контролю за їх переміщенням через державний кордон України, а також перелік державних установ, закладів культури, інших організацій, яким надається право проведення державної експертизи культурних цінностей.

Вказаним законом на Міністерство культури України покладається забезпечення проведення державної експертизи культурних цінностей, заявлених до вивезення (тимчасового вивезення), та при поверненні після тимчасового вивезення.

Відповідно до вимог уже вказаного закону Кабінет Міністрів України постановою від 26 серпня 2003 р. № 1343 встановив Порядок проведення державної експертизи культурних цінностей та розміри плати (тарифи) за проведення державної експертизи культурних цінностей. Розміри плати або тарифи за проведення державної експертизи культурних цінностей з того часу не переглядалися та не відповідають реаліям ринку культурних послуг.

У свою чергу у відповідності до встановленого законодавства Міністерство культури України своїм наказом від 11 вересня 2014 року № 744 затвердило Перелік державних установ, закладів культури, інших організацій, яким надається право проведення державної експертизи культурних цінностей [9]. У лютому 2016 року цей Перелік був уточнений (наказ № 36 від 8.02.2016), а 31.03.2017 уже цей наказ було скасовано та запроваджено новий № 267 Перелік державних установ, закладів культури, інших організацій, яким надається право проведення державної експертизи культурних цінностей. Одразу тут і зазначу, що назва наказу не відповідає його суті, а саме: надається право проведення експертизи при вивезенні або ввезенні культурних цінностей, а не загалом.

Державним установам, закладам культури, іншим організаціям, що увійшли до зазначено переліку рекомендовано проводити державну експертизу культурних цінностей відповідно до утвердженого Кабінетом Міністрів України порядку та затвердити персональний склад працівників, які безпосередньо проводитимуть державну експертизу культурних цінностей. Проте вимог до таких фахівців не визначено. Окрім цього вказані установи повинні щороку до 01 лютого надавати управлінню контролю за переміщенням культурних цінностей та охорони культурної спадщини Мінкультури України для узагальнення звіт про проведення державної експертизи культурних цінностей за встановленою формою.

Відповідно до цього наказу право проводити експертизу надано 133 організаціям. Серед них музеї – 66, архіви – 32, бібліотеки – 24, науково-дослідні центри – 2, регіональні органи державного управління у сфері культури – 3, театри – 2, вищі навчальні заклади – 2, громадські організації – 1, приватні підприємства – 1 (див. Таблицю 1).

Таблиця 1

Проте, такий спосіб організації роботи з проведення державної експертизи культурних цінностей суперечить чинному законодавству. Зокрема, наділення музеїв правом проведення

експертизи культурних цінностей з метою визначення їх можливості вивезення з України суперечить ст. 2 Закону України «Про музеї та музейну справу». Закон визначає, що діяльність музею, пов'язана з науковою атрибуцією, експертизою, класифікацією, державною реєстрацією та усіма видами оцінки предметів, які можуть бути визначеними як культурні цінності проводиться з єдиною метою – їх включення до Музейного фонду України, а не вивезення за кордон.

Наділення музейних та інших установ правом проведення експертизи культурних цінностей з метою їх вивезення за кордон суперечить їх функціональному призначенню та є причиною виникнення корупційних ризиків і сприяє розвитку тіньового сектору державної експертизи.

При визначенні організацій, яким надається право проведення державної експертизи за їх згодою Міністерство культури України не здійснює перевірку наявності науковців, що відповідають кваліфікаційним вимогам і мають спеціальні знання та безпосередньо проводять мистецтвознавчу експертизу. Як приклад, Меморіальний комплекс «Висота Маршала І. Конєва» та ін. Це дає можливість некваліфікованим працівникам закладів культури формально проводити експертизу та рекомендувати культурні цінності до вивезення, що у свою чергу мають бути занесені до Музейного фонду України. В результаті такої політики при вирішенні питання проведення державної експертизи утворився нелегальний ринок оцінки культурних цінностей, що є причиною корупції у закладах яким Міністерством культури України надане таке право.

Порушення норм закону спостерігається навіть у сертифікованих експертів: Київський обласний науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України надав висновок Білоцерківському краєзнавчому музею щодо оцінки історичної холодної та вогнепальної зброї як «сувенірної та такої, що є різновидом господарсько-побутового призначення».

Згідно з проектом наказу деякі організації мають можливість проведення експертизи культурних цінностей у 10 групах культурних цінностей (Закарпатський краєзнавчий музей ім. Т.Легоцького), 8 групах (Житомирський краєзнавчий музей), 7 групах (Волинський, Рівненський краєзнавчі музеї). Тут зауважимо, що усі згадані музеї територіально знаходять у прикордонні.

У 3 групах заявлено 8 музеїв, 11 музеїв у 4 групах, 9 музеїв у 5 групах і 6 музеїв у 6 групах культурних цінностей. Загалом за дванадцятьма групами культурних цінностей заявлено 293 позиції за якими проводиться експертиза культурних цінностей 133 установами (див. Таблицю 2).

Таблиця 2

Зазначимо, що у діючому на цей час наказі установами заявлено про готовність до проведення експертизи за 360 позиціями.

Розміри плати (тарифи) за проведення державної експертизи культурних цінностей встановлені постановою Кабінету Міністрів України від 26 серпня 2003 року № 1343. З часу прийняття постанови тарифи і не переглядалися. Максимальний розмір плати за просту експертизу становить 13 грн. 21 коп., а за складну експертизу 26 грн. 42 коп. за одиницю.

Кошти, що надходять від проведення державної експертизи, підлягають зарахуванню до державного бюджету і використовуються на потреби бюджетних установ і організацій, які проводили експертизу, відповідно до законодавства. Відчутна різниця недоотриманих бюджетом коштів свідчить про недооцінку державними органами влади важливості регулювання у цій сфері.

Результатом такого стану організації експертної діяльності у галузі культури стає не тільки безповоротна втрата Музейного фонду України і фінансові втрати, а, подекуди, й створення злочинних організованих груп, що профілюють свою діяльність у цій сфері.

Окрім відсутності контролю за відповідністю експертів кваліфікаційним вимогам в Україні не запроваджено контроль або ліцензування діяльності експертів. І на прикладі значних фінансових втрат та недоотриманих коштів державним бюджетом від експертної діяльності, та високий рівень корупційних ризиків при організації роботи з проведення державної експертизи культурних цінностей постає питання про запровадження ліцензій на таку діяльність і запровадження дієвого механізму контролю у цій царині. У цьому контексті виправданим є створення державної установи з експертизи культурних цінностей.

Прототипом може слугувати досвід Міністерства юстиції України, яке має Реєстр атестованих судових експертів, що мають відповідну фахову освіту та значний стаж експертної роботи, практичні навички в користуванні спеціалізованим програмним забезпеченням, технічними засобами, експертним обладнанням та у повній мірі можуть забезпечити весь спектр експертних досліджень.

Аналіз досвіду функціонування ринку культурних послуг у царині експертизи культурних цінностей свідчить про недосконаліть підходів до організації роботи з проведення державної експертизи культурних цінностей і, очевидно, нагальною вимогою є їх зміна та утворення єдиної державної установи за цим напрямом, що дозволить уникнути корупційних ризиків у цій сфері та надійно забезпечить державні інтереси у збереженні культурної спадщини.

У цьому контексті є важливим фактором ініціатива народних депутатів України щодо реформування сфери експертної діяльності у частині переміщення культурних цінностей. Зазначаючи новаторський характер запропонованого ними законопроекту відзначаємо той факт, що автори зупинились на проблемі регулювання тільки однієї сторони експертної діяльності і не торкаються проблеми державного регулювання загалом експертизи культурних цінностей.

Потребують уточнень деякі основні поняття та терміни, зокрема, визначення терміну «експертиза культурних цінностей» і її функції, розподіл обов'язків та надання державою дозволу на проведення експертизи культурних цінностей, порядок акредитації державних та приватних установ, врегулювання прав музеїв, архівів і бібліотек робити державну експертизу з метою переміщення культурних цінностей, визначення стажу працівника для отримання звання експерта, уточнення повноважень регіональних органів та їх взаємодія з центральним органом влади у сфері культури і надання відповіді на питання чи може приватний підприємець бути працівником державного закладу і одночасно надавати послуги експерта культурних цінностей.

Уряд та Міністерство культури України не сформували державний орган з проведення експертизи, а надали такі повноваження значній кількості установ та організацій. Контроль за наявністю у цих організаціях фахових експертів відсутній. Міністерство культури України надає дозвіл на вивіз культурних цінностей за кордон за заявочним принципом по формальним ознакам відповідності чинному законодавству.

Ринок послуг з експертизи культурних цінностей за розрахунковою оцінкою спеціалістів може складати понад 10 млн. грн. на рік із значною перспективою росту ринку, у той час як держава теж за розрахунковою оцінкою проведеною на основі діючих тарифів отримала 265 тисяч грн.. Позиції держави на цьому ринку слабкі через хибний спосіб організації порядку проведення експертизи культурних цінностей, що обумовлює значні фінансові втрати.

Інновації у цій сфері полягають у запровадженні ліцензування діяльності експертів, встановленню контролю за рівнем об'єктивності експертизи, опрацювання чітких критеріїв за якими проводиться експертиза і до якої групи відноситься предмет (національного, державного, регіонального, місцевого значення і т. ін.), інформатизація самого процесу видачі акту експертизи та дозволу на вивезення, а також утворення єдиного державного органу з оцінки культурних цінностей, що підлягають вивезенню за кордон та позбавлення невластивих функцій інших установ. Окремо зауважимо на посиленні фахової підготовки експертів у вищих навчальних закладах мистецького спрямування та проведенні періодичної їх професійної підготовки по завершенні навчання.

Висновок. Реформування культурної сфери є вагомим чинником цивілізаційного поступу держави. В Україні виникла нагальна потреба у законодавчому забезпеченні державної експертизи культурних цінностей.

Література:

1. Карпов В.В. Імпортно-експортні операції на ринку культурних цінностей // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. Київ: Міленіум, 2017. № 3. С. 12–16.
2. Карпов В. Державна політика у сфері надання послуг з експертизи культурних цінностей . *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва*. 2017. № 2. С.19 – 26.
3. Денисюк Ж.З., Збанацька О. М., Карпов В.В. Музейна евристика: теоретичні основи та практична реалізація . *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2017. № 1. С. 3–10.
4. Karpov V. Ukrainian historiography of museum sociology. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва*. 2016. № 3. С.3 – 8.
5. Karpov V. Military museology in the period of the transgression of the society from 1989 to 1991. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва*. 2018. № 3. С. 55–68.

Іванов Сергій,
доктор хімічних наук, професор,
перший проректор НАКККіМ

ІНСТАВРАЦІЯ ЕКСПЕРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

При формуванні законодавства у сфері експертизи культурних цінностей культурні практики обмежені лише питанням вивозу культурних цінностей і не враховують потреби розвитку цієї галузі загалом.

В Україні не створено державний орган з проведення експертизи, а надано такі повноваження значній кількості установ та організацій і лише при вивозі культурного надбання.

Контроль за наявністю у таких організаціях фахових експертів відсутній.

Позиції держави на цьому ринку слабкі через хибний спосіб організації порядку проведення експертизи культурних цінностей.

Запропонований законопроект має багато новацій, проте не вирішує питання експертної діяльності у сфері культури і потребує розширення його дії не лише на проблему вивезення, а й регулювання експертної діяльності загалом.

Законопроект не позбавлений і протиріч, зокрема, у ст. 7, що визначає статус експерта говориться про те, що такий експерт повинен працювати лише у державній установі, і тут, же йому надається право бути фізичною особою-підприємцем.

Культурні практики у сфері послуг з експертизи культурних цінностей можуть розглядатися як новітній феномен. У цьому значенні ця проблематика у практичній культурології відкриває нові можливості.

Інновації у цій сфері полягають:

- в утворенні єдиного державного органу експертизи та оцінки культурних цінностей, що внесені до Музейного фонду України;

- запровадженні інституту державних експертів;
- регулювання експертної діяльності шляхом ліцензування або акредитації експертів;
- встановленні контролю за рівнем об'єктивності експертизи і відповідальності експертів;
- запровадженні компенсаторної плати за вивезення культурних цінностей;
- затвердженні нових фіксованих тарифів за проведення експертизи;
- інформатизації та прозорості технології експертизи і веденні державного реєстру експертних висновків.

Загальний висновок – українській культурі потрібен закон про експертну діяльність у сфері культури, а не лише нормування частини експертної діяльності.

Література:

1. Карпов В.В. Імпортно-експортні операції на ринку культурних *цінностей*. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва.*2017. № 3. С. 12–16.
2. Карпов В. Державна політика у сфері надання послуг з експертизи культурних цінностей. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва*. 2017. № 2. С.19–26.
3. Денисюк Ж.З., Збанацька О. М., Карпов В.В. Музейна евристика: теоретичні основи та практична реалізація. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2017. № 1. С.3–10.

***Акімов Дмитро**, доктор соціологічних наук*

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ МУЗЕЇВ У СТРУКТУРІ МАРКЕТИНГУ МИСТЕЦТВА

У статті проаналізовано важливу та актуальну проблему функцій українських та зарубіжних музеїв образотворчого мистецтва в процесі реалізації маркетингу мистецтва. Традиційно дослідники виділяють такі функції музеїв, як документування (в тому числі зберігання та дослідження), охорону, освіту і виховання (в тому числі інформування, формування ціннісних установок та проведення дозвілля), деякі інші соціокультурні функції. В нашій статті розглянуті наступні функції, що актуальні для музеїв образотворчого мистецтва: набуваюча, зберігаюча, дослідницька, описова, експонування. Зазначено, що в процесі реалізації цих функцій використовуються технології як класичного маркетингу, так і маркетингу мистецтва.

Протягом останніх десятиліть вивченню та аналізу проблем музейної діяльності у науковому світі приділяється достатньо велика увага. Серед західних вчених та практиків-маркетологів, що аналізують відповідні проблеми, можна назвати Ф. Колбера, Ф.Котлера, П.Доссі, Н.Лі та деяких ін. Значну увагу приділяють аналізу цієї проблематики й такі спеціалісти в нашій країні та пострадянських країнах, як Е. Шекова, Л.Скокова, Е.Чмишенко, Б. Платонов та деякі інші відомі науковці. Проте вивчення проблем маркетингу мистецтва в галузі музейної діяльності є важливим та актуальним.

Велика культурна спадщина нашого народу та творчість сучасних митців спонукають громадськість до обговорення проблем розширення мережі художніх музеїв, збагачення їх колекцій, удосконалення роботи в оцінці художніх творів. Активно дискутується проблема застосування маркетингових підходів та технологій в музейній діяльності.

Маркетинг мистецтва має на меті формування цілей, технологій, маркетингових механізмів, що спрямовані на залучення певних сегментів ринку (художнього ринку або арт-ринку), які найбільш зацікавлені у художньому продукті. Враховуючи цілі кожного з сегментів ринку (художні, наукові, ідеологічні, політичні, суспільні тощо), вбачаємо, що майже всі функції музеїв можуть бути ефективно реалізовані з залученням маркетингових технологій.

Набуваюча функція художніх музеїв спрямована на придбання творів мистецтва, які надалі увійдуть до колекції музею та експонуватимуться в його експозиціях. Значення набуваючої функції зазначив Ф. Колбер. Отже, маркетинг в зазначеній сфері може бути визначений, як «мистецтво досягнення тих сегментів ринку, які найбільш очевидно зацікавлені у даному продукті, адаптуючи

до цього продукту комерційні складові – ціну, місце, просування, щоб встановити його контакт із достатньою кількістю споживачів та досягнути цілей, сумісних із місією організації» [2, 27].

Зберігаюча функція художніх музеїв спрямована, у першу чергу, на організацію збереження творів мистецтва. Вимоги до споруд музеїв, до експозицій колекцій не дуже змінилися з античних часів адже давні римляни розробили вимоги до музейної справи, які з часом вдосконалювались. Дослідник Б.Платонов звертає увагу, що терміни – музей, аукціон, галерея, колекція та багато інших вживалися людьми ще за часів античності майже з тим змістом, що й зараз [5, 77].

Дослідницька функція музеїв. О.Л. Шекова зауважила, що «некомерційна діяльність, на відміну від підприємницької, не ставить собі на меті отримання прибутку. Вона може бути орієнтованою на організаційний розвиток та включати наукові дослідження, археологічні роботи, комплектування фондів, їх збереження та облік, консервацію та реставрацію музейних експонатів» [6, 75-76]. Дослідницька діяльність спрямована на вирішення внутрішніх цілей музею а не на задоволення потреб ринку мистецтва. Для регулювання дослідницької діяльності використовуються технології класичного маркетингу, а не специфічні технології маркетингу мистецтва. Також дослідницька діяльність музеїв спрямована й на вивчення попиту населення на музейні послуги.

Описувальна функція в діяльності музеїв спрямована на підготовку наукових, лекційних, статейних текстових матеріалів, підготовку художніх творів до експозиції. Описувальна функція в діяльності музеїв стосується оцінювання художніх творів, проведення експертизи мистецьких продуктів, у першу чергу тих, що музеї купують. Варто зазначити, що експертизою, оцінкою художніх творів займаються не тільки висококваліфіковані музейні фахівці, але й художні галереї, аукціонні дома, окремі дипломовані та сертифіковані експерти, а також відомчі спеціалісти, що працюють на митницях та в інших правоохоронних органах. Описувальна функція в діяльності музеїв спрямована на покращення якості експертизи художніх творів , адже існує багато випадків, коли на арт-ринку з'являються копії та підробки творів мистецтва, що позиціонуються як оригінали. Маркетингова технологія експертизи та оцінки предметів мистецтва покликана запобігти проникненню на арт-ринок підробок та копій, що можуть помилково чи навмисно позиціонуватись як оригінали творів мистецтва [1].

Функція експонування в діяльності художніх музеїв є основною з точки зору користувачів музейних послуг, відвідувачів експозицій. Вона пов'язана з демонстрацією музейних колекцій та спеціалізованих виставок, проведенням екскурсій, освітніми програмами, концертами. Функція експонування є ключовою в статутній некомерційній діяльності музеїв, використовує маркетингові дослідження, інтегровані маркетингові комунікації, спрямована на відповідні ринки, що відповідають сфері діяльності того чи іншого музею. Функція експонування в діяльності музеїв мистецтв спрямована на арт-ринок, а також ринки культурних, наукових, освітніх, туристичних, й навіть медичних (реабілітаційних) послуг, а також на ринки, що охоплюють напрямки організації відпочинку та розваг.

Музейний маркетинг. Аналізуючи маркетингові механізми в музейній діяльності, треба зазначити, що залучення ресурсів для організації та удосконалення діяльності музеїв здійснюється у двох формах: прямої - за рахунок продажу споживачам своїх послуг, та опосередкованої - за рахунок залучення бюджетних ресурсів, грантів благодійних організацій, спонсорської підтримки, приватних пожертв [9, 207].

Таким чином, проведений аналіз основних функцій музеїв в структурі маркетингу мистецтва свідчить про те, що художні музеї (на відміну від музеїв інших напрямків - краєзнавчих, технічних тощо) будують свою маркетингову діяльність, враховуючи вимоги як класичного маркетингу, так і маркетингу мистецтва, який передбачає придбання художніх творів та їх подальше просування, популяризацію на арт-ринку. Художні музеї виконують низку важливих функцій, зокрема: набуваючу, зберігаючу, дослідницьку, описуючу, експонуючу. Виконуючи зазначені функції на арт-ринку, музеї використовують маркетингові технології, реалізуючи завдання некомерційного та комерційного змісту, створюючи для реалізації своїх завдань спеціальні підрозділи, що забезпечують ефективність їхньої діяльності.

Література:

1. Платонов Б.О. Основи оціночної діяльності: підручник. Київ: НАКККІМ, 2013. 227 с.
2. Колбер Ф. Маркетинг культури й искусства: Пер. с англ. Санкт-Петербург.: Издатель Васин А.VI., 2004. 256 с.
3. Платонов Б.О. Колекціонування культурних цінностей: курс лекцій. Київ: НАКККІМ, 2016. 108 с.
4. Шекова Е.Л. Особенности маркетинга в сфере культури: на примере музеїв. *Вестник Московского университета*. Сер. 6. Зкономика. 2016. № 2. С. 71– 86.
5. Акимов Д.И. Социальннй маркетинг й соиИальная сфера общества: монографія. Харьков: ХНУ имени В.Н. Каразина,2010. 312 с.

Бардік Марина,
кандидат мистецтвознавства,
Національний Києво-Печерський
історико-культурний заповідник

ЕКСПЕРТНА ОЦІНКА РОЗПИСІВ І ЗМІНА ДЕКОРАЦІЇ УСПЕНСЬКОГО СОБОРУ КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКОЇ ЛАВРИ (1886–1900)

Важливою подією в історії Успенського собору Києво-Печерської лаври була робота комісій у 1886 р., які дали експертну оцінку храмових розписів. Вона мала наслідки: безпосередні – зміну декорації собору та віддалені – необґрунтовано негативну оцінку живопису лаврських художників у працях дослідників XIX–XXI ст.

Згаданого року на прохання Духовного Собору Лаври у Великій Успенській церкві працювали дві комісії: перша складалася всього з двох осіб (протоієрея П. Лебединцева та професора П.Лашкарьова), друга – з чотирьох (окрім названих до оцінки стінопису долучилися архітектор В.Ніколаєв та професор А. Прахов). В експертному висновку комісій містилася інформація про розписи, зокрема названі деякі композиції, їхнє датування та двоє живописців, що їх виконали. У цих відомостях були помилки й неточності, які згодом повторювались у публікаціях XIX–XXI ст. Так, наприклад, галерею благодійників Печерського монастиря члени комісій помилково атрибутували як бароковий живопис 1772–1777х рр. Захарії Голубовського [1, с. 580–585]. Запропоновану атрибуцію науковці «взяли на віру» (серед них дослідники українського образотворчого мистецтва С. Яремич, П. Білецький, П. Жолтовський, Л. Ганзенко, Ю. Коренюк). Цікаво, що її дотримувалися противники й прихильники розписів, полемізуючи між собою в 1897–1900 рр. вже після того, як стінопис знищили і створювалася нова декорація. С. Яремич висловив захоплення зображеннями ктиторів, акцентуючи увагу на своєрідних художніх особливостях, індивідуальності образів, свободі композиційної побудови [2, с. 384–386]. Є. Кузьмін також відмічав індивідуальність образів, самобутність українського мистецтва, шкодував, що живописні портрети знищені [3, с. 18–19]. М. Петров зауважив, що зображення не мають нічого спільного з історичним одягом князів литовських, це – костюми, які мистецтво XVII–XVIII ст. взагалі надавало вінценосцям, і додав: на залишках живопису XVIII ст. лежить різкий відбиток мистецтва минулого століття, так званого бароко [1, с. 582, 584–585]. Категоричним в оцінках був О. Ертель, який писав, що зображення не витримують будь-якої критики: груба помилка у пропорціях, рисунку, постановці фігур; усе це позбавляє надії припустити, що Захарія Голубовський мав взірці, варті уваги [4, с. 521–523].

Категоричність О. Ертеля цілком зрозуміла, адже він входив до складу іншої комісії, створеної 1898го р., яка інспектувала вже нову живописну декорацію Успенського собору, виконану під керівництвом художника В. Верещагіна. Курйоз ситуації полягає в тому, що критики «ламали списи», вважаючи галерею благодійників бароковим живописом. Дослідження архівних джерел та вдосконалення методики атрибуції монументального живопису дозволили нам атрибутувати галерею благодійників Успенського собору як розписи, виконані 1811-го р. чернігівським художником Іоакимом Юріним [5].

Члени комісій 1886го р. висунули абсурдне звинувачення щодо розписів лаврського художника Іринарха: вони, мовляв, не представляли свою епоху. Не могло б бути кращої експертної оцінки, тому що оновлюючи свого часу стінопис Успенського собору, Іринарх із художниками зміг зберегти програму, іконографію, стильові особливості первинних барокових розписів. Проте думка комісії, що живопис відзначає недосконала художня освіта її виконавців, була підкріплено наговором, про незадовільний відгук імператора Миколая I [1, с. 585]. Наговір мав віддалені наслідки і донедавна всупереч історичним фактам повторювався в публікаціях. Першими «схибили» П. Лебединцев та О. Ертель, а потім, за часів радянської атеїстичної ідеології і вже в наш час, наговір на художника-ченця необґрунтовано повторювали архітектори (академік С. Безсонов, О. Сіткарьова, М. Орленко), мистецтвознавці (Г. Вздорнов, Л. Ганзенко та ін.). Таким чином, спотворено викладався період історії українського образотворчого мистецтва. В експертній оцінці 1886го р. зазначалося, що стінопис не відповідає стилістиці, яка мала бути у храмі в XI ст. (таке завдання не ставилося художниками – М. Б.), тому він кваліфікувався як живопис новий, посередній, що немає ніякого історичного та художнього значення, а тому може бути замінений іншим живописом у давньому стилі [1, с. 579–580].

Отже, розглянутий епізод багатовікової історії Києво-Печерської лаври вказує на високу відповідальність науковців під час формування об’єктивної експертної оцінки, необхідність ґрунтуватися на історичних фактах та контексті історичних реалій, на беззаперечну важливість вивчення архівних матеріалів.

Література:

1. *Петров Н.* Об упраздненной стенописи Великой церкви Киево-Печерской Лавры // Труды Киевской Духовной Академии, 1900. № 4. С. 579–610.
2. *Яремич С.* Памятники искусства XVI–XVII ст. в Киево-Печерской лавре // Киевская старина. Киев, 1900. Т. 69. № 6. Отд. 1. С. 378–390.
3. *Кузьмин Е. М.* Несколько соображений по поводу уничтоженных и уцелевших памятников старины в Киево-Печерской лавре // Искусство и художественная промышленность. 1900. Февраль. С. 223–240.
4. *Эртель А. Д.* О стенописи Великой церкви Киево-печерской лавры // Труды Киевской Духовной Академии, 1887. № 4. С. 500–527.
5. Центральний державний історичний архів України, м. Київ. Ф. 128, оп. 1 заг., спр. 1234.
6. *Бардік М. А.* Мистецька спадщина лаврських художників першої половини XIX ст. в колекції Національного художнього музею України // Культурно-мистецькі обрії ’ 2017 : зб. наук. пр. Вип. 3. Київ, 2017. С. 7–9. *Бардік М.А.* Оновлення розписів Успенського собору Києво-Печерської лаври як джерело їхньої атрибуції // Зб. наук. пр. Міжнар. наук.-практ. конф. «Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини: актуальні виклики сучасності». Київ, 2018. С. 19–22.

Булгаков Віктор, *аспірант НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ХУДОЖНЬОЇ КЕРАМІКИ В АРХІТЕКТУРІ МІСТА КИЄВА ПІСЛЯ 1945 РОКУ

Протягом післявоєнного періоду починаючи з 1945 року, майоліка завоювала міцні позиції в українській архітектурі. Декоративне виділення певних структурних частин за допомогою полив’яних облицювальних плиток, живописні й скульптурні майолікові вставки, панно досить часто зустрічались на фасадах та в інтер’єрах нових будівель того часу.

У радянський період в силу різних об'єктивних причин майоліка тривалий час не знаходила належного застосування в будівництві. Однак архітектурна думка працювала над цим питанням. 1936 року, наприклад, на сторінках журналу «Архитектура СССР» А. Лепілов підкреслював важливість широкого виробництва та впровадження кераміки в архітектуру, наводив у зв’язку з цим переконливі приклади із зарубіжної будівельної практики, показуючи, які це дає економічні вигоди й художній ефект.

Архітектори та художники Москви роблять спроби щодо використання майоліки в архітектурному будівництві, зокрема в інтер’єрах станцій московського метрополітену

«Комсомольская» і «Киевская» та в деяких інших спорудах. З приводу цього 1940 року А. Філіпов писав: «Усі виконані в кераміці роботи досі мають дослідний характер. Широкий розвиток виробництва і застосування архітектурно-художньої кераміки як одного з найміцніших, архітектурно-виразних й економічних матеріалів вимагає якнайшвидшого розширення бази керамічної промисловості» [4, с. 76].

Та ці починання перервала війна. У післявоєнні роки архітектори стали приділяти більше уваги впровадженню кераміки у будівництво. Особливо активно почали працювати в цьому напрямі українські зодчі. Протягом першого повоєнного десятиліття з'явилося чимало споруд, зокрема на Хрещатику, Червоноармійській та інших вулицях Києва, в яких широко використано кераміку у вигляді теракотових облицювальних плиток, архітектурних елементів (фронтонів, карнизів, пілястр, капітелей тощо).

Однак незабаром архітектурно-художня громадськість зрозуміла, що застосування кераміки, розвиток архітектури в цілому пішли шляхом псевдопафосу і прикрашательства. На початку 50-х років фахівці все частіше обговорюють проблеми подальшого розвитку радянської архітектури, виступають з дискусійними статтями та науковими розвідками. Український архітектор В. Єлізаров цілком справедливо відзначав, що суцільне облицювання стін архітектурних споруд керамічними плитками з дрібним рельєфним орнаментом, а також використання великої кількості дрібних ліплених деталей негативно позначається на художній виразності архітектури [1, 2].

Рішення Всесоюзної наради будівельників й архітекторів 1954 року і постанова партії й уряду «Про усунення надмірностей в проектуванні та будівництві» від 1955 року стали поворотним моментом у дальшому розвитку архітектури й будівництва в нашій країні. Архітектурна думка почала активно працювати над виробленням більш прогресивних, відповідних до сучасних потреб форм архітектури з конструктивним (а не бутафорним) використанням кераміки, над впровадженням у практику передових індустріальних методів будівництва. Це призвело до переоцінки існуючих естетичних норм і принципів. Критика прикрашательства внесла істотні корективи в розуміння краси в архітектурі та мистецтві. В пошуках нових форм архітектурного образу основне місце почали відводити не декоративним, а структурним засобам. З кінця 50-х років, коли в будівництві повсюдно запроваджувались індустріальні методи на основі типових проектів, по-новому почали ставитись проблеми синтезу монументальних мистецтв і зокрема проблема використання кераміки в архітектурі. Ці складні питання не можна було розв'язати відразу. Як справедливо відзначав архітектор П. Г. Юрченко, індустріалізація будівництва і механізація будівельного виробництва – це «ціла технічна революція, повний переворот у будівельній техніці, рішучий перехід від ручної праці до машинного виробництва». Архітектори та художники-монументалісти не відразу змогли естетично осмислити, осягнути суть того, що відбувалося; про це свідчила практика будівництва [3, с. 57].

Архітектурно-художня і широка громадськість побачила, що зведені індустріальними методами на основі типових проектів нові великі житлові масиви – надто одноманітні, художньо невиразні.

Саме завдяки високим художньо-декоративним і технічним якостям, що їх ніби заново відкрили радянські архітектори й художники, майоліка, починаючи з кінця 50-х років, усе ширше й активніше входить у нову вітчизняну архітектуру та будівництво і відіграє одну з провідних ролей у сучасному синтезі мистецтв того часу. Будівельники і митці дійшли висновку, що «в сучасних будинках, споруджуваних з бетону, металу і скла, кераміка лишається незамінимим декоративним матеріалом»[4, с. 131].

Література:

1. Крутенко Наталія. Розповіді про кераміку.Київ: Либідь, 2002. 252 с.
2. Лавров В.А., Беккер А.Б., Горяев Р.Л. Специфика проектирования городов, имеющих ценное историко-архитектурное наследие // Памятники архитектуры в структуре городов. Москва, 1978. 135 с.
3. Сакович І. Народна кераміка скульптура Радянської України. Київ : Наук. думка, 1970. 87 с.
4. Щербак В. Сучасна українська майоліка . Київ : Наук. думка, 1974. 192 с.

***Вижак Валерій**, студент магістратури НАКККіМ*

ІНВЕСТУВАННЯ В АРТ-РИНОК УКРАЇНИ: СПЕЦИФІКА ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Стаття присвячена проблемі відсутності українських арт-індексів для оцінки прибутковості предметів мистецтва. У роботі аналізуються індекси для арт-ринку як об'єкту капіталовкладень. Запропоновано розробити українські арт-індекси для зростання ефективності вітчизняного арт-ринку як об'єкту інвестицій.

В Україні арт-ринок як окремий сектор економіки знаходиться на стадії формування. Однак українські інвестори вже давно почали охоплювати даний ринок за кордоном. Отже, розвиток українського арт-ринку дозволило б знизити відтік вітчизняних капіталів. При зміні законодавчої бази стосовно вивезення культурних цінностей за кордон є вірогідність залучити до арт-ринку України іноземні капітали. У той же час потенційні інвестори вітчизняного арт-ринку побоюються його високих ризиків і не завжди здатні здійснити раціональний відбір об'єктів інвестування. Висока інформаційна асиметрія, проблема небажаного відбору на ринку культурних цінностей, проблеми оцінки невідчутних активів і специфіка оцінки арт-об'єктів ускладнюють положення потенційного інвестора [1, 2, 4]. Таким чином, проблема оцінки інвестиційної привабливості арт-об'єктів надзвичайно важлива для ефективного розвитку арт-ринка. З цією метою вводяться спеціалізовані арт-індекси як індикатори прибутковості мистецтва. Арт-індекс – це агрегований показник, що допомагає оцінити прибутковість того чи іншого предмета мистецтва в часі. Специфікою побудови арт-індексів (всесвітньо відомі Mei-Mosses All Art Index, Gabrius Art Index, Artprice, ArtNet, ArtSales Index тощо) є статистика середніх цін за певний період часу [3]. Найбільш відомими є такі індекси:

- Mei-Moses All Art Index, побудований на даних статистики насамперед американського арт-ринку. В даний час він враховує понад 13 тис. угод;
- Skate's Top 1000. Міжнародний індекс компанії Skate's Art Market Research, заснований на рейтингу 1000 найдорожчих творів мистецтва в світі. Індекс Skate's Index of Repeat Sales включає повторні продажі робіт в Топ-1000 Skate;
- індекс ArtNet складається компанією ArtNet AG на основі аналізу баз даних (Fine Art and Design Price Database, Decorative Art Price Database) цін приблизно 4 млн. продажів творів мистецтва на аукціонах більш, ніж 500 міжнародних аукціонних будинків з 1985 р.;
- Artprice Global Index розроблений компанією Artprice. com, яка володіє найбільшою базою даних за творами мистецтва, що включає відомості про 290 тис. арт-об'єктів і близько 25 млн даних про результати торгів аукціонних будинків, рівнів цін та індексів на твори понад 400 тис. майстрів;
- Art Sales Index компанії Art Sales Index Ltd, яка створила базу даних, що включає більше 2,9 млн даних з аукціонів для предметів образотворчого мистецтва (починаючи з 1957 р) і ціни на твори понад 225 тис. художників;
- Zurich-AMR Art and Antiques Index – індекси цін на предмети мистецтва і антикваріату. Даний індекс розроблений британською компанією Art Market Research спільно з швейцарською фінансовою компанією Zurich Financial Services.

Російські арт-індекси представлені індексами групи ARTIMX. В Україні арт-індекси взагалі не розроблені.

Беручи до уваги загальну тенденцію стрімкого зростання світового арт-ринку на прикладі статистичних даних за перше півріччя 2018 року:

- усі економічні показники є позитивними;
- глобальний товарообіг образотворчого мистецтва збільшився на 18%, склавши 8,45 млрд доларів;
- операції залишились стабільними, продаючи 262000 лотів, що на 2,5% більше, ніж у першому півріччі 2017 року;
- США показали 48% зростання, загальний оборот склав 3,3 млрд. доларів США;
- Китай, обіговий оборот якого склав 2 мільярди доларів, скоротив нерозпродану ставку до вирішального рівня H2;

- Великобританія знаходиться позаду Китаю, а аукціонний оборот склав 18% до 1,9 млрд доларів;

- ЄС сприяє зростанню: Франція + 8%, Німеччина + 17%, Італія + 22%;

- сучасне мистецтво, що є основою ринку високого класу, становило 46% загального товарообігу;

- Модільяні та Пікассо згенерували результати, що перевищують порогову суму в 100 мільйонів доларів;

- Заоу Ву-Кі був кращим митцем Китаю в першому півріччі 2018 року, оборот складав 155 мільйонів доларів;

- світовий індекс цін на сучасне мистецтво збільшився на 27%, конкуруючи з S & P 500 [5].

Припускаємо, що загальні тенденції не можуть не впливати на арт-ринок України. Із зростанням привабливості ринку виникає потребі у застосуванні дієвого оціночного інструменту, яким і є арт-індекс.

Висновок. Застосування арт-індексу дозволяє потенційним інвесторам знизити свої ризики і здійснювати інвестиції на основі більш якісного аналізу потенційних об'єктів капіталовкладень, які фігурують на арт-ринку. В умовах зростання глобального арт-ринку є доцільним розробка українського арт-індексу для приросту інвестицій у вітчизняний арт-ринок, що дасть позитивний вплив на економіку нашої держави.

Література:

1. Булина А. О. Информационная асимметрия на рынке культурных ценностей // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2013. Т. 7. Вып. 2. С. 57-69.

2. Булина А. О. Последствия неблагоприятного отбора на рынке культурных ценностей // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2013. Т. 6. Вып. 1. С. 5-16.

3. Пашкус Н.А., Пашкус М.В. Инвестиции на арт-рынке: Российская специфика и подходы к оценке. URL: https://cyberleninka.ru/article/v/investitsii-na-art-rynke-rossiyskaya-spetsifika-i-podhody-k-otsenke

4. Челован А. Е. Художественный анализ как фактор формирования цены произведений искусства // Современные проблемы российской и зарубежной экономики: сбор. науч. работ молодых исследователей / под общ. ред. Н. М. Старобинской. СПб: КультИнформПресс, 2011. С. 185-191.

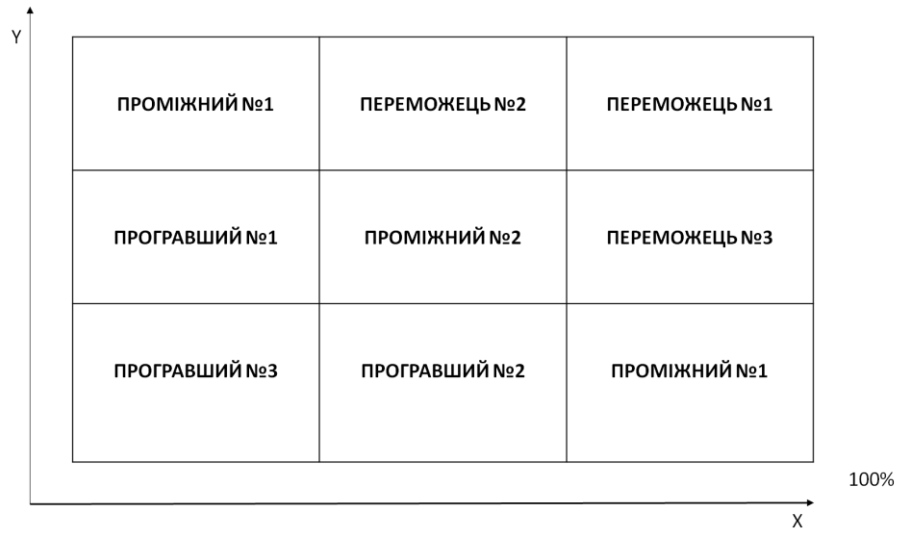
5. H1 2018 – Global Art Market Report. URL: https://www.artprice.com/artprice-reports/global-art-market-in-h1-2018-by-artprice-com

Мізрах Юлія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ GE/MCKINSEY ДЛЯ ОЦІНКИ АРТ-ОБ'ЄКТІВ

При відсутності в Україні вітчизняних арт-індексів, для потенційних інвесторів була б дуже важливо така методика оцінки арт-об'єктів, яка дозволила б виявити їх ринкову позицію та аналізувати привабливість довгострокових інвестицій.

Дана методика оцінки інвестиційної привабливості арт-об'єктів може бути розроблена на базі відомого інструмента якісного стратегічного аналізу, що дозволяє враховувати специфіку арт-ринку та можливості організації прийняття управлінських рішень. Такий інструмент ґрунтується на моделі GE/McKinsey. Ця модель GE/McKinsey, що широко застосовується для позиціонування бізнесу, може застосовуватися і для ринкової позиції арт-об'єктів або організацій, що працюють на арт-ринку. Матриця МакКінсі – це матриця 3 х 3, яку можна використовувати для відображення та порівняльного аналізу стратегічних позицій арт-об'єктів або організацій, що працюють у сфері мистецтва. У цьому випадку мова йде про дуже специфічний ринок, який вимагає модифікації відомих систем показників.



При побудові інтегральних оцінок враховуються не тільки показники так званих об'єктивних матеріальних факторів, таких як прибуток, обсяг продажів, ефективність інвестицій та ін., але й показники суб'єктивних факторів, такі, як привабливість ринку (попит), вплив на ринок іміджевих факторів, мінливість долі ринку, оцінка якості менеджменту та ін.

Модель GE / McKinsey виробляє рейтинг всіх арт-об'єктів, потенційно привабливих для інвестицій, і дозволяє виділити кандидатів на потенційно високі майбутні інвестиційні прибутки в заданій стратегічній перспективі. В матриці по осі Y оцінюються параметри конкретного арт-об'єкта, які практично не підконтрольні потенційному інвестору (тобто фактично значення цих факторів залежить від зовнішнього середовища об'єкта). По осі X - ті фактори, які піддаються безпосередньому зміненню за рахунок створення або розвитку певних привабливих властивостей арт-об'єктів або їх ефективного просування, і залежать від арт-дилера або самого творця (оцінка конкурентного статусу арт-об'єкта або організації сфери мистецтва) [3].

Оцінка конкурентного статусу твору мистецтва може проводитися по наступній групі критеріїв:

1) відносна доля ринку продавця творів мистецтва;

2) розбіг обсягу прибутку щодо основних конкурентів продавця творів мистецтва;

3) здатність конкурувати цінами і прийнятною цінністю творів мистецтва;

4) рівень інформаційної забезпеченості потенційних споживачів творів мистецтва;

5) рівень розвитку маркетингових комунікацій та знань продавцем потенційної цільової аудиторії;

6) потенційні можливості комерційного використання творів мистецтва;

7) рівень ризиків, асоційованих з твором мистецтва.

Оцінка ринкової привабливості творів мистецтва може здійснюватися за наступною групою критеріїв:

1) розмір сегменту арт-ринку творів мистецтва та темпи його зростання;

2) особливості конкуренції творів мистецтва на сегменті арт-ринку;

3) рентабельність сегменту арт-ринку творів мистецтва;

4) привабливість комерційного використання творів мистецтва даного автора або напряму;

5) мода на даного автора або напрямок;

6) рівень ринкових ризиків творів мистецтва даного автора або напрямків, включаючи ризик знезцінення.

Пропоновані критерії використовуються в моделі для побудови інтегральних характеристик арт-об'єкта і можуть бути оцінені експертним шляхом як безпосередньо, так і на основі спеціальних експертно-ієрархічних процедур, що дозволяють підвищити якість оцінювання. Найбільш доцільним є використання методу аналізу ієрархії [1, с. 211-212], який не тільки забезпечує можливість отримання інтегральних характеристик конкурентного статусу та ринкової

привабливості арт-об’єктів, але і дозволяє провести перевірку якості експертної процедури та отриманих експертних оцінок за кожним критерієм арт-об’єкта.

Аналізовані арт-об’єкти будуть відображатися на координатних сітках матриць у вигляді точок, що потрапляють в певну стратегічну область матриць, що дозволяє розробляти щодо них певну інвестиційну стратегію, засновану на їх ключових стратегічних перевагах, виявлених відповідно до матриці.

Модель GE / McKinsey виділяє три типи стратегічних позицій, кожна з яких включає три групи стратегічних об1єктів [2, с. 65-69]. Згідно моделі першого типу об’єктів встановлюється високий пріоритет для інвестування, другий тип - середній, а третій - низький (у нього, як правило, не інвестують). Для переможця №1 передбачаються збереження та посилення позиції (пріоритетне інвестування). Для переможця №2 передбачається виявлення сильних і слабких сторін і здійснення за рахунок сильних сторін цільового інвестування з максимумом прибутку. Переможцю №3 арт-дилер повинен визначити конкретні перспективні сегменти ринку і проводити цільове інвестування в них, здійснюючи заходи щодо збереження та посилення конкурентного статусу.

Категорія проміжних об’єктів дуже приваблива для інвестора, але ризики по цих об’єктах досить високі. Високий ризик даних об1єктів арт-ринку пов’язаний тим, що довго знаходитися в проміжній позиції вони не можуть, і, якщо не вдасться просунути їх у категорію лідерів, то скоро їх ринковий потенціал впаде до рівня програвших. Найбільш цінною статтею для інвестицій є проміжний об’єкт №1, який здатен демонструвати високий потенціал зростання. Об’єкти, що позиціонуються у цьому вигляді, поки що маловідомі на ринку, тобто їхня ринкова вартість невисока, у той же час вони здатні забезпечити високий приріст доходів інвесторів за інвестиціями, здійсненими у них. Об’єкт проміжний №2 трохи менш привабливий, так як потенціал даних об1єктів та їх стійкість на ринку нижче, а ризик також високий, як і для об’єктів, що відносяться до позиції проміжний №1. Більш того, навіть якщо цей об’єкт вдасться просунути на ринку і його ціна підвищиться, він, швидше за все, не буде популярним на ринку довго. Приріст доходів по цим інвестиціям буде нестійким. Об’єкт проміжний №3 найбільш ризикований, але в деякому сенсі більш привабливий для короткострокових інвестицій, ніж проміжний №2, і на певний короткий інтервал часу, навіть привабливіше проміжного №1. Ця позиція властива арт-об’єктам, ринкова привабливість яких може бути штучно виведена на дуже високий рівень, що дозволить у короткостроковому періоді отримати високі доходи за капіталовкладеннями. У той же час, так як ажіотаж навколо цих арт-об’єктів створюється штучно, через нетривалий проміжок часу інтерес до них слабшає, і ринок цих об’єктів перестає існувати. Частіше всього до цієї категорії відносяться роботи молодих представників нового напрямку в мистецтві, який, швидше за все, не має шансів на довге життя. Крім того, практично неможливо прогнозувати момент, коли відбудеться "закривання" ринку [3].

Висновок: навіть за умов відсутності українських арт-індексів при правильному позиціонуванні арт-об’єктів можна оцінити їх інвестиційну привабливість і вжити ефективних рішень щодо інвестицій на арт-ринку. Застосування моделі GE / McKinsey, адаптованої для арт-ринку, дозволить потенційним інвесторам знизити свої ризики і здійснювати інвестиції на основі більш якісного аналізу потенційних об’єктів капіталовкладень, які фігурують на арт-ринку.

Література:

1. Пашкус В. Ю., Пашкус Н. А. Алгоритмизация матричных инструментов стратегического анализа и подходы к их применению в некоммерческом секторе экономики // Стратегический менеджмент. 2011. № 3. С. 200-218.

2. Пашкус Н. А. Эффективность инновационных реформ образования в России: теоретические подходы и методики оценки. Saarbrbcken: LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co, 2011. С. 65-69.

3. CYBERLENINKA: https://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-na-art-rynke-rossiyskaya-spetsifika-i-podhody-k-otsenke

Міро Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

МУЗЕЇ СТРІТ-АРТУ ЯК ОСЕРЕДКИ ВУЛИЧНОГО МИСТЕЦТВА

З 2001 р в Парижі (нині в Швейцарії) почала функціонувати галерея «Speerstra» (також існують подібні до неї «Taxi gallery» в Парижі і «Vicious gallery» в Гамбурзі), а її профілем, крім сучасного мистецтва, стало пост графіті. Незважаючи на традиційний «білий куб» (білі стіни, створюють нейтральний фон для сприйняття), в галереї проходять виставки, що розкривають перед глядачем альтернативне «я» вуличних художників. Наприклад, французький райтер «JONONE», в місті виявляє себе виключно в сфері «throw up's», на виставці позиціонується як серйозний абстрактний художник.

У числі інших художників галереї складаються: з представників райтерів «першої хвилі» – «CRASH» і «DAZE», з «нової» – «HONET» і «SHARK». У постійній колекції галереї знаходяться фотографії Марти Купер, а також роботи одних з найбільш легендарних нью-йоркських райтерів, таких як «DONDI WHITE», «FUTURA 2000» і «ZEPHYR».

Серед проектів галереї – виставка Генрі Челфанта «BURNERS», сформована з сорока фотографій майстра, які раніше не експонувалися. Для більшості відвідувачів виставка стала великою культурно-просвітницькою подією в контексті вивчення історії нью-йоркського графіті. Крім галерей, роботи вуличних художників сьогодні можна побачити в Британському музеї, Нью-йоркському музеї сучасного мистецтва, музеї Метрополітен, Бруклінському музеї, Музеї сучасного мистецтва в Чикаго тощо.

Варто особливо відзначити виставку «GRAFFITI BASICS», що пройшла в червні 2006 р. В Брукліні музеї сучасного мистецтва (неодноразово приваблював райтерів до виставкової діяльності), в рамках святкування «тижня честі хіп-хопу» – щорічні програми радіо «VHI». Експозиція продемонструвала відвідувачам частину колекції Сіднея Дженіс, одного з перших арт-дилерів, які колекціонують графіті. У 1999 році його спадкоємці пожертвували у фонд музею майже 50 робіт райтерів «першої хвилі. У тому числі твори Мішеля Трейсі (TRACY 186), Квемо Монро (BEAR167), Мелвіна Семюелса (NOC 167), і Сандри Фабара (LADY PINK). Головною родзинкою виставки стали справжні двері вагона метро періоду 1983-1986 рр. зі збереженими на них граффіті.

Експерименти з інтерактивністю знайшли відображення у проекті «Planet Prozeess», минулому в серпні 2007 р. Його ідея полягала в тому, щоб створити «живу» експозицію, яка б змінювалася під час виставки. Так чи інакше, при монтажі ця концепція враховувалася художниками, і кожен окремий проект в підсумку створював якесь поле для глядацького експерименту. Приходячи на виставку, відвідувач міг в ній що-небудь змінити своїми діями. Наприклад, у проекті «Styleconstructor» московського райтера Оскеса, глядач з кубиків з написаними на них символами кирилиці, міг викласти своє ім'я. Кожен символ був виконаний в певному стилі, що давало можливість змінювати експозицію з кожним новим відвідувачем. Досить оригінальним є німецький проект «City of Names». В основі його концепції місто з шрифтів, побудоване під відкритим небом за допомогою різних промислових матеріалів. Так, вдосконалюється та розвивається класичний спосіб самоствердження в графіті, тільки тут перед райтерами стоїть завдання не просто написати або намалювати, а побудувати своє ім'я, зберігши при цьому свій оригінальний стиль.

У 2012 році у Санкт-Петербурзі засновано музей вуличного мистецтва,, розташований на території діючого виробництва в східній частині Санкт-Петербурга [1]. Місія проекту створення музею стріт-арту полягає в наданні майданчика для реалізації новаторських проектів молодих художників, зберіганні та наданні інформації про вуличне мистецтво, впровадженні нового підходу до розвитку індустріальних територій і віддалених від центру районів за допомогою творчих практик і сучасного мистецтва [3].

На сьогодні Музей вуличного мистецтва є виставковим майданчиком для вуличних художників, проводить щорічні масштабні виставки сучасного мистецтва, працює як освітня платформа в області стріт-арту, паблік-арту і всіх форм художніх активностей в міському просторі. Безпрецедентно велика площа Музею вуличного мистецтва дозволяє реалізовувати масштабні проекти, нездійсненні в закритих приміщеннях звичайних музеїв і галерей [1].

Серед резидентів Музею числиться безліч відомих російських і зарубіжних вуличних художників: Паша 183, Тимофій Радя, Кирило Хто, Андрій Оленєв, Микита Nomerz, Міша Most, Escif, Clemence Behr, Eltono, Олексій Luka, QBic, 108, ТОЙ і інші автори.

Лондонський район Шордіч, бруклінський Бушвіка в Нью-Йорку, Петербурзьський музей – далеко не всі майданчики легальної концентрації стріт-арту, але це перші спроби створити професійну культурну інституцію з неприборканого феномена.

Музей стріт-арту не тільки допомагає розвитку вуличного мистецтва, а й виводить його на абсолютно новий рівень, сприяючи розвитку технічної та концептуальної сторін. Музей не укладає вуличне мистецтво в інституцію, а створює умови для подальшої взаємодії стріт-арту з глядачем в досить природному середовищі свого проживання і в натуральній формі [3].

У Берліні також відкрився музей Urban Nation з найбільшим зібранням робіт стріт-арту та графіті. На його презентації було представлено близько 150 творів знакових вуличних художників, в числі яких Бенксі, французький артист Blek le Rat і американець Шепард Фейрі – автор постера з екс-президентом США Бараком Обамою [4]. Те, що подібний музей, найбільший в світі, якщо не брати до уваги галерей і децентралізованих проектів, з'явився саме в Берліні, закономірно. Після Нью-Йорка, який прийнято вважати батьківщиною і світовою столицею стріт-арту, Берлін – це перше місто, яке приходить на розум в контексті вуличного мистецтва і взагалі всього неформального та вільного. І хоча в Берліні існує закон, який забороняє малювати графіті на стіні будівлі без дозволу його власника, тут знаходять способи легально заохочувати появу графіті: з 2013 року вуличні художники за згодою влади розмалювали близько 150 берлінських стін. Допомагають творцям не тільки чиновники: наприклад, один берлінський підприємець навесні 2017 року віддав художникам старе приміщення свого банку під виставку. Створення ж музею профінансували Фонд берлінської державної лотереї Lotto Stiftung Berlin і велика компанія на ринку муніципального житла Geowag – практично це була підтримка держави [5].

Література:

1. Мусієнко Н. Public art у просторі сучасного міста: Київська практика. Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини. 2010. Вип. 7. С. 136-149.

2. Зенькович Н.Г. Особливості формування дизайну міського середовища . *Архітектурний вісник КНУБА*. 2014. Вип. 4. С. 149-155.

3. Стріт-арт – як колода в оці вітчизняних інституцій. 18.10.2010. URL:http://artukraine.com.ua/ukr/a/strit-art-kak-brevno-v-glazu-otechestvennyhinstituciy/#.VWIn26iBXCB (дата звернення: листопад 2018).

4. Кобеза, П. Графіті-мистецтво хуліганів».*Історична культурологічна газета «Експедиція XXI», проект Інституту історичних досліджень*. 2011. 4(106). URL: http://www.ex21.com.ua/artsearch/?page=3 (дата звернення: листопад 2018).

5. Новіков Б.В. Творчість як спосіб здійснення гуманізму : монографія. Київ.: НТУУ «КПІ», 2006. 308 с.

ГУМАНІТАРНІ НАУКИ

Кундеревич Олена, *кандидат філософських наук,*
доцент кафедри філософії КНУКіМ

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФІЛОСОФІЇ ТА МИСТЕЦТВА

Тяжіння філософії до мистецтва, їх взаємне доповнення та взаємозбагачення мають давню традицію в історії вітчизняної та зарубіжної культури. Прагнення сучасного наукового знання до цілісного світосприйняття активізує пошуки нових – поза логічних, не дискурсивних способів осягнення істини і характеризується підвищеною увагою до вивчення сфер взаємодії філософського та художнього мислення.

Сучасне розуміння взаємодії філософії та мистецтва зумовлене прагненням сутнісної єдності, принципової неподільності філософського та художнього пізнання дійсності. В практиці розвитку мистецтва та в мистецтвознавстві XXI століття відбуваються зміни, які впливають і на теоретичні концепції художньої культури в цілому, і на пошуки формулювання нових концептуальних ідей.

Питання про специфіку теоретико-естетичного знання є одним із найбільш важливих для сучасної естетики. Мова йде про те, щоб зрозуміти функціональну значущість естетики, тобто розуміння того, як теоретико-естетичне знання може впливати на власне естетичний розвиток суспільства та живу практику естетичного виховання. Однією із найважливіших причин, що стримує подальший розвиток естетичної думки є, за словами О. Воєводіна: «... як це не парадоксально, її тісний зв'язок із філософією, з притаманною останній спекулятивною формою мислення. Суть питання в тому, що естетика до цього так і не визначила власну методологічну базу для дослідження естетичних процесів, оскільки історично як наука оформлюється в середині філософського та сцієнтиського мислення і відчуває на собі методологічний та категоріальний тиск філософсько-наукового знання» [1].

Звісно, естетика не може бути просто філософією мистецтва або методологією мистецтвознавства, це загрожує втратою власного предмету дослідження. Теоретико-естетичне знання є знанням себе, власного емоційного стану дослідження. Воно не може служити засобом для отримування нового знання, через те, що це особливе знання, оскільки, певним чином, охоплює засіб та ціль і тим відрізняється від науково-технічного знання. Естетичний стан, що естетика «категоризує», є для неї і засобом входження до предмету естетики, і кінцевою метою естетичного сприйняття.

Філософія ж завжди залишається формою раціонально-рефлексивної свідомості. Але, при цьому, філософському досвіду, як і художньому, притаманне суб'єктивна забарвленість, індивідуальне бачення загального, тобто - самобутність форм свого завжди особистісного культурного буття. Стверджуючи себе в світі, людина здійснює постійний пошук можливостей щодо свого вкорінення в ньому. Всесвіт відкриває перед нею безмежні горизонти, але їх треба осягнути і опанувати. Особисті відкриття в їх унікальності можуть стати досягненням всього людства, якщо в них відображається подальший рух в освоєнні світу. «Філософія, перш за все, духовний орієнтир особистості, що прагне до мудрості, до оцінювання власного життя не лише в масштабах сьогодення» [2].

Осягнення світу в формулах логіко-раціональної рефлексії потребує свого доповнення образно-інтуїтивним, емоційно насиченим сприйняттям світу, характерним для науки рівнем пошуку, на якому вона знаходиться. Це той рівень розкриття втаємниченого, де осягнуте не набуває ще загального визначення, де істина існує ще в усній оболонці з заблудженням, і в цій єдності міститься величезний потенціал розгортання істини. На цьому рівні діє найвища духовна сила людськості, сила уяви, яка є найвищим виразом творчої здатності. Отже, сама потенція, творча здатність, сила уяви надає водночас і поштовх до розгортання істини, і сенс існування індивідуальної свідомості, яка прагне цього розгортання і крізь уяву і "серце" якої проходить "містерія творчості" і життя взагалі. Яким чином це може об'єднуватися в уяві і свідомості конкретного дослідника залежить від можливості бути залученим в цю містерію, мати талант "бачити сенс", а також дещо таке, про що важко сказати, але це відчувається саме через вияв творчої

потенції дослідника в його творах, або в житті. Отже, мудрість і творчість знаходяться не поза нами, як сили які можуть впливати на нас, заохочуючи до містерії життя, вони в нас.

Природний потяг людини до гармонії, краси є рушійною силою на шляху самовдосконалення, "творіння" особистої історії людини і людства. Творчий потенціал митців і філософів створює певний настрій та часто є поштовхом до самозаглиблення й сходження людської душі шляхом добра до осягнення себе.

Література:

1. Воєводін О. Про своєрідність теоретико-естетичного знання. *Дні науки 1998 р.* Київ: "Київський університет", 1998. С. 65.
2. Горак Г.І. Філософія. Київ, 1998. С. 4.

***Бричка Анна**, аспірантка НАКККіМ*

ПАЇСИЗМ ЯК ФІЛОСОФСЬКО-РЕЛІГІЙНЕ ВЧЕННЯ ПАЇСІЯ ВЕЛИЧКОВСЬКОГО

Видатний українець, письменник, перекладач, вчитель Паїсій Величковський, займає в історії православного чернецтва і православної Церкви особливе місце, поєднуючи як святість особистого життя, так і любов до освіти, здатність до облаштування чернечого братства та вміння привернути до себе і духовно виховати численних учнів, створивши велику школу православного духовного подвижництва. Важливим є й велике літературне обдарування, яке допомогло преподобному Паїсію Величковському здійснити важливу і необхідну справу – провести виправлення старих перекладів і зробити переклади святоотецької аскетичної літератури [4].

З ім'ям старця Паїсія Величковського (1722–1794 рр.) пов'язана історія старецтва, особливо Оптиної пустелі [6, с. 299]. Не закінчивши Київської Академії, він йде в пошуках наставництва в Молдавські скити, а звідти – на Афон, де долучається до споконвічної містичної традиції Афона. Паїсій Величковський ретельно вивчає писання святих отців грецькою мовою і приходить до висновку, що необхідно переглянути старі слов'янські переклади отців Церкви. Старець Паїсій ретельно вивчає рукописи, сумлінність – характерна риса його духовного ладу. Навколо Паїсія збирається близько 700 ченців, що прагнуть його духовного керівництва. Не маючи можливості налагодити на Афоні вчену і старечу діяльність, Паїсій переселяється в Молдову, де залишається до кінця свого життя. Із педагогічним талантом Паїсій поєднував мудрість старця, світлий погляд на людину і рішуче усвідомлення того, що першою справою для кожної людини є правильне влаштування її духовного життя [8].

Є дві практики, спираючись на які, старець приводить своїх духовних дітей до серцевого діяння. Це – щоденне сповідання помислів та Ісусова молитва. Паїсій «явив, що є чернецтво, що є таїнство послуху, яку велику користь приносить воно новоначальному, ведучи його вперед шляхом духовного розуміння, що є діяльне життя і споглядання ...» [7]. Сила Паїсія в тому, що він закликав учнів до внутрішнього розуміння практики розумної молитви.

Практиці Ісусової молитви присвячений параграф шостого правила, що діяв в Драгомирні: «У келіях браття, за переказами св. отців, повинні перебувати зі страхом Божим, віддаючи перевагу «розумній молитві» перед будь-якою іншою аскетичною вправою, бо з УМОМЪ в Серці божественна Любов, джерело всякої чесноти, досягає досконалості, як вчать про це богоносні Отці, такі як Іоанн Златоуст, Калліст, патріарх Константинопольський, Симеон, митрополит Солунський, Діадох Фотікійський, Исіхій Єрусалимський, Ніл Синайський, Іоанн Лєствичник, Максим Сповідник, Петро Дамаскін, Симеон Новий Богослов, Григорій Синаїт. Всі ці та інші богоносні отці вчать такій духовній практиці, тобто практиці розумної молитви» [2, с. 46].

Слідом за Григорієм Синайським Паїсій називає вісім видінь-ступенів, що входять до заключної фази розумної молитви:

1 – бачення Бога безвидного, безпочаткового і нестореного, причину всього, єдиної Трійці і Пресущественного Божества;

2 – чина і влаштування розумних сил;

3 – улаштування чуттєвих тварин;

4 – поблажливості Слова;

5 – загального воскресіння;

6 – другого страшного пришестя Христового;

7 – вічних мук;

8 – Царства Небесного, що не має кінця [7].

Ці ступені і є тим, що називається «баченням і жахом молитви» [1], на яких відсікаються не тільки плач, а й сама молитва. Так розкривається поняття синергії як співпраці з Богом і злиття з ним – вершини Небесної Лєствиці.

Необхідно підкреслити те, що сповідання помислів та Ісусова молитва даються в якості знарядь духовної боротьби, яка ведеться заради виконання Христових заповідей. Узагальнюючи писання святих отців і давньоруських послідовників «внутрішнього діяння» [5], Паїсій розгортає начинену глибоким богословським та філософсько-психологічним змістом картину двох видів молитви і її ступенів. Все, що говориться про псалмоспів, його необхідність особливо для ченців-початківців, відноситься до того виду молитви, який належить *«діянню»*, а не *«баченню»,* що являє собою вищу стадію молитовного стану.

Своєю діяльністю Паїсій Величковський зробив цінний внесок в ісихастську літературу. Він став основоположником руху духовного оновлення – паїсіанства [3]. Отже, виправляючи та перекладаючи патристичні тексти Паїсій Величковський вплинув на відновлення вивчення творінь святих отців. Ще однією заслугою старця було оновлення монастирського життя, адже він зумів своїм релігійно-філософським вченням захопити багаточисельних учнів та послідовників.

Література:

1. Куффель И. Апология «Умной молитвы» как выявление существенной идеи православной сотериологии URL: http://virlica.org.ua/pvelich.php.

2. Майкова М. С. Нил Сорский и Паисий Величковский. Сборник статей, посвящ. С. Ф. Платонову. СПб., 2000. С. 45 49.

3. Мелинти М. Гуманистические идеи и исихастские взгляды в трудах прп. Паисия Величковского URL: http://pa-o-lina.livejournal.com/163792.html.

4. Молдавский старец Паисий Величковский/ [URL: http://azbyka.ru/otechnik/Paisij_ Velichkovskij/moldavskij-starets-paisij-velichkovskij/.

5. Об умной и внутренней молитве: Сочинение блаженного старца схимонаха и архимандрита Паисия Величковского настоятеля Нямецкого и других монастырей в Молдавии и основателя Русского Ильинского скита на Афоне/ URL^ http://azbyka.ru/otechnik/Paisij_Velichkovskij/molitva/1.

6. Письмо к старцу Феодосию // Леонид (Поляков), иером. Схиархимандрит Паисий Величковский.– Кн. 3. С. 299-310.

7. Традиция исихазма в XVIII веке. Паисий Величковский. URL: http://studopedia.su/18_147447_traditsiya-isihazma-v-XVIII-veke-paisiy-velichkovskiy.html.

8. Читтерио И. Учение преподобного Паисия Величковского по письменным свидетельствам. URL: http://st-jhouse.narod.ru.

***Гацелюк Віктор**, аспірант НАКККіМ*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АМЕРИКАНСЬКОГО БАЛЕТУ ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ XX СТ.

Рубіж XIX-початку XX ст. ознаменований появою нових віянь, ідеологем, культурних напрямів та течій, до певної міри став переломним мірилом для розвитку багатьох видів мистецтв, в тому числі й балетного. В цей час актуалізуються творчі пошуки естетичного ідеалу, обумовлені переосмисленням людиною свого місця в світі, призначення та можливостей.

У цей період розвиток світового балетного мистецтва позначений активізацією школи російського балету, який заявив про себе як значний мистецький феномен не лише в Європі, але й в Америці, обумовлюючи формування нових тенденцій в розвитку національних шкіл класичного танцю. В багатьох країнах діяли російські балетні трупи, поширюючи мистецтво класичного танцю навіть там, де не було власних традицій. Значний вплив на розвиток європейського балету було здійснено реформатором класичного танцю М. Фокіним, балетними трупами «Російських сезонів»

С.Дягілева, що діяли в Європі та США; також відомі своєю творчо-педагогічною діяльністю за кордоном А. Соколова, Т. Карсавіна, Дж. Баланчин.

В Америці балетне мистецтво зародилося з комедійно-музичних виступів на кшталт прото-мюзиклів та нового танцю модерн, а гастрольні тури майстрів балетного жанру ще в XIX ст. спонукали до формування національних шкіл класичного танцю. Однією з таких шкіл, і доволі знаною, була школа класичного танцю в Лос-Анджелесі «Денішоун» («Denishawn»), вихованками якої пізніше стали відомі американські жінки-балетмейстери М. Грехем та Д. Хамфрі. Так, виконавська манера М. Грехем, яка стояла біля витоків танцю модерн, відрізнялася яскравим малюнком, складністю рухів. Як зазначала Є. Щербак, Грехем звертала особливу увагу на основні правила руху тіла жінки в танці. Проте, не можна стверджувати, що трансформація жіночих образів в хореографічному мистецтві – це заслуга жінок-балетмейстерів, схильних до феміністичних ідей. Деякі з них навіть не приймали позицій фемінізму, проте ставили балети відображаючи його сутність [1, 78].

Свої композиції М. Грехем створювала на музику відомих композиторів – О. Скрябіна, К. Дебюссі, М. Равеля, А. Онеггера, С. Франка, або на музику американськими композиторів-сучасників. Темами її хореографічних постановок були біблійні легенди або античні міфи, давньогрецькі трагедії, яким надавалося сучасне звучання. Також М. Грехем була авторкою багатьох нововведень в оформленні спектаклів, серед яких – рухомі декорації, символічна бутафорія та ін.

Застосовуючи набутий досвід в школі «Денішоун», Д. Хамфрі розробила власну техніку легких танцювальних рухів та способи контролю тіла в русі. Переважним стилем танцю Д. Хамфрі був псевдогрецький, а в музиці нею часто застосовувалися різні звуки, шуми, крики, гудіння. В процесі своєї педагогічної роботи з учнями Д. Хамфрі особливу увагу спрямовувала на розкриття внутрішньої індивідуальності.

Не менш відомою серед жінок-балетмейстерів в США була також постать А. де Мілль, значний влив на професійну діяльність якої здійснило мистецтво російської балерини А. Павлової. В творчості А. де Мілль балетне мистецтво знайшло поєднання з психологізмом танцю модерн. Першими постановками Агнес були балети «Три діви і диявол», «Таллі-Хо», «Легенда Фолл-Рівера». В наступних своїх роботах балетмейстер активно використовувала фольклорну танцювальну основу, що стало майже сенсаційним на театральній сцені – це балет «Родео» та шоу-мюзикл «Оклахома». Завдяки професійній хореографічній інтерпретації народний танець отримав сценічне втілення, ставши невід'ємною частиною спектаклю загалом, а в мюзиклі здатність передачі й вираження почуттів стала основою нової концепції танцю в музичному театрі А. де Мілль.

У 20-ті рр. XX ст. одним з провідних театральних художніх напрямів стає експресіонізм. Це було складне, суперечливе явище, основний принципом якого було звернення до актуальних проблем часу. Зростання уваги до внутрішнього життя особистості виявляє себе у мистецтві посиленням емоційної експресивності, інтелектуалізацією естетичного, розвінчанням традиційних цінностей [2].

Імпресіонізм в хореографічному мистецтві найяскравіше проявився в творчості Л. Фуллер та А. Дункан, танець яких був втіленням імпровізації, де музику слугувала своєрідним імпульсом для розгортання руху, давала волю почуттям і творчій уяві. Значний вплив на розвиток американського балету здійснила Б. Ніжинська, яка у 1935 р. переїхала до США. Вона ставила власні хореографічні постановки, замінюю сценографію. При цьому всі її нововведення через десятиліття вже сприймалися як автентично американські.

Два найбільших американських балетних театри - «Нью-Йорк сіті балі» і «АВТ» зародилися в результаті взаємодії традицій та американської підприємливості. Зокрема, у 1933 р. меценат Лінкольн Кирстейн запросив Джорджа Баланчина створити в США до балетної трупи. Удвох вони заснували Школу американського балету, потім в 1934-1948 зайнялися формуванням професійного постійно діючого колективу.

***Література*:**

1. Щербак Є. В. Соціокультурний контекст видозмін у хореографічному мистецтві XX — поч. XXI ст. Философия, культура и искусство: вчера, сегодня, завтра : монография / [авт.кол. : Залужная А.Е., Егоров А.Г., Машенцев А.В. и др.]. Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2015. С.86-103.

2. Экспрессионизм URL: https://ru.wikipedia.org/wiki (дата звернення: листопад 2018).

***Данник Катерина**, аспірантка КНУКіМ*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КУЛЬТУРНОЇ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ВІРМЕНСЬКИХ ГРОМАД СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Активізації життєдіяльності національних меншин після проголошення незалежності України у 1991 р. сприяли такі законодавчі акти як: Декларація прав національностей України (від 1991 р.), що гарантує усім національностям право створювати свої культурні центри, товариства, та інші організації, що можуть проводити масові заходи та сприяти створенню національних газет, журналів, видавництв, музеїв, художніх колективів, театрів, кіностудій [3]; Конституція України від 1996 р., зокрема, стаття 11, де йдеться про те, що держава сприяє розвиткові етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України[5]; нарешті найбільш докладним і повним документом, що гарантує гуманні умови для функціонування вірменської меншини є Закон України «Про національні меншини» від 1992 р. [4]. Також, як зазначає Н. Бережна, Україну ніколи не була звинувачена з боку міжнародних організацій у дискредитації національних меншин неналежним законодавством [1, с. 113].

Однак законодавство не завжди є гарантом успішного функціонування, тому приймаємо за мету прослідкувати різні аспекти життєдіяльності вірменських громад в умовах незалежної України. За даними інформаційних довідників, вже у 1995-му році в Україні нараховувалось 15 вірменських товариств: «Луйс» (Крим), «Тов-во ім. Г. Лусаворича» (Дніпро), «Донецьке обласне вірменське товариство» (Донецьк), Громадське об'єднання центру вірменської культури «Оджах» (Дніпро), «Вірменське міське товариство» (Маріуполь), «Товариство вірменської культури» (Запоріжжя), Вірменське культурологічна громада «Гарун» (Івано-Франківськ), «Вірменське товариство «Крунк» (Луганськ), Товариство вірменської культури «Ахпюр» (Львів), «Міське товариство вірменської культури» (Білгород-Дністровський), «Товариство вірменської культури» (Одеса), Вірменське товариство «Арцах» (Суми), «Вірменське національно-культурне товариство» (Харків), «Міське відділення Кримського вірменського товариства» (Севастополь), «Вірменське національно-культурне товариство» (Київ) [7, с. 58-90]. Також, з 1994 р. функціонує Всеукраїнське громадське об'єднання «Товариство "Україна-Вірменія"», відоме як одна з найактивніших організацій культурної дипломатії, що входить до ВГО «Україна-світ» (голова – І. Драч). Товариство об'єднало відомих діячів української літератури, культури, науки та освіти [2].

Важливим етапом життя вірменських громад є заснування Спілки вірмен України у 2001 році. Це найбільша і єдина громадська вірменська організація, яка об'єднує вірменські громади всіх регіонів України. Показово, що представники СВУ, після відвідання Генеральної асамблеї ООН, отримали підтвердження того факту, що спілка стане першою організацією України, яка отримає членство в органах ООН – ЕКОСОС. Саме тому, дослідницьку увагу зосереджено на етнокультурних особливостях життєдіяльності СВУ та тих організацій, що підписали з нею меморандуми й договори про співпрацю. Сьогодні до складу СВУ входить більше тридцяти громад, 32 з яких провадять активну діяльність. Це число включає по одній громаді в 23 областях України (за винятком Кримського півострову, де функціонують самостійні громади не прикріплені до центральної, та Івано-Франківської області), а також по декілька громад у великих містах. Багатопрофільність напрямків роботи вірменських громад виражена у численних заходах та проектах, що вводяться в обіг цілком збалансовано та закономірно. До напрямків діяльності СВУ відносимо такі: культурні заходи та проекти; пам'ятко охоронна діяльність; перейменування об'єктів топоніміки з метою вшанування видатних вірменських діячів України; просвітницький; науковий; вшанування пам'яті жертв геноциду вірмен; юридична підтримка, спорт; соціальна допомога. Передусім, нас цікавлять напрямки діяльності, що стосуються світського та релігійного життя вірмен України.

За допомогою аналізу аспектів організації та функціонування вірменських громад у їхній діяльності виявлені чітко виражені регіональні особливості. Так, більшість з існуючих громадських об'єднань, що знаходяться в області, яка вже має центральний відділ СВУ, ліквідуються. І навпаки,

якщо певна громада області виявляє хист до організаційної діяльності, її силами зводиться вірменський храм, відкриваються додаткові громади у великих містах (Краматорськ, Маріуполь, Кривий Ріг, тощо). На сьогоднішній день в Україні під упорядкуванням єпархії знаходиться 15 вірменських церков, в яких відправляється служба вірменською мовою. Показово, що 11 з них побудовані після 1994 року (в м. Запоріжжя, Черкаси, Миколаїв, Дніпро, Одеса, Макіївка, Київ (храм і капличка), Луганськ, Харків, с. Верхоли (Полтавська обл.). Решта вірменських церков України значно давніші: 1363 р. (Львів), 1555 р. Кам'янець-Подільський, 1875 р. (Чернівці). Кримська вірменська єпархія є вікаріатом. Перераховані церкви є діючими і виконують низку функцій. По-перше, у церквах справляються релігійні та деякі світські свята, по-друге відбувається спілкування членів громади у неофіційній обстановці, по-третє, звичайно, здійснюється богослужіння і духовне окормлення мирян. Відмінною рисою середньовічної культури було те, що визначальну роль суспільному житті відігравала церква. На сьогоднішній день у вірменській діаспорі панує розумне поєднання церковної і світської ідеології.

Дотримання вірменами давніх традицій яскраво відображається під час відзначання громадою свят. Різдво і Водохреща вірмени святкують 6 січня, свято супроводжується молитвами і освяченням води. Наприкінці січня вірменська молодь зустрічає день закоханих – Сурб Саркіс (Святого Саркіса), відвідуючи церкву. 13 лютого також свято закоханих, Трндез, однак корені його сягають язичницьких обрядів вогнепоклонництва. У цей день вірмени розпалюють вогнище и стрибають через нього, незалежно від віку та становище у громаді. Далі слідує День материнства й краси – державне свято Вірменії, пов'язане з Благовіщенням Пресвятої Богородиці, відзначається 7 квітня. У цей день громада вшановує вірменських жінок, дарує їм квіти, подарунки і влаштовує концерт та інші різноманітні розваги на їх честь. Пасху вірмени відзначають кожного року у різний день (2017 р. апостольське свято відмічалось 16 квітня і збіглось з православною Пасхою). 28 травня громада відмічає патріотичне свято Першої Республіки. 27 червня СВУ пропонує зробити Днем українсько-вірменської дружби (пропозиція від громади наразі знаходиться на стадії розгляду). Дата приурочена до 27 червня 1791 р., коли була освячена вірменська церква святого Миколая в Кам'янці-Подільському і було встановлено святковий день освячення ікони Матері Божої Вірменської в цій церкві. Ця дата символізує духовну єдність двох народів, адже зазначена ікона здавна була святинею для всіх жителів міста [6]. 1 липня відмічається день СВУ, що супроводжується конференціями, концертами та нагородженням діячів культури. Найбільш яскраве свято літа у вірмен відмічається через 14 тижнів після Пасхи і називається Вардавар. У цей день прийнято обливати один одного водою, при чому в жодному випадку образа не буде доречною, адже це свято Преображення Господнього. До 2014-го року вірмени України відмічали Вардавар поблизу Старого Криму у стін монастиря Сурб Хач. 28 серпня відмічається день Успіння Богородиці і освячується виноград, найбільший врожай якого приходить приблизно на цю дату. 21 вересня відмічається день незалежності Вірменії. У 2016 р., 21 вересня вірменська громада культурних зв'язків (АОКС-Україна) спільно з єпархією УЄ ВАЦ і національним заповідником Софія Київська провели презентацію шостого видання книги Н. Нікітенко «Анна Порфіородна. Мудрий чи Окаянний» вірменською мовою. Показово, що саме в цей день у стінах Святої Софії як і 500 років тому, прозвучав вірменський хор, адже відомо, що на території Софії Київської після пожежі на Подолі, де згоріла церква вірмен, для них було відведено окрему капличку для богослужіння. Сама книга дослідниці висвітлює важливий момент вірменсько-українських відносин під час хрещення Київської Русі. Разом з усією Україною вірмени святкують 1 червня (День захисту дітей) та 19 грудня (Миколайчик) СВУ приділяє увагу дітям і здійснює благодійні поїздки до дитбудинків з подарунками і допомогою. 3 червня 2017 р., вірменська громада прийняла участь в ході на захист прав сім'ї (марш приурочено до дня захисту дітей). Також, існує низка інших загальноукраїнських свят, участь в яких активно приймає СВУ, до них відносяться: День народження Т. Шевченка (9 березня), День перемоги і день звільнення м. Шуши (подвійне свято 9 травня), День Незалежності України (24 серпня), день Києва (остання неділя травня), день соборності (22 січня).

Окремою датою, з якою пов'язана активність вірменських громад є 24 квітня – день пам'яті жертв геноциду вірменського народу. В цей день проводять церковні служби, здійснюють ходу до

меморіалів, присвячених геноциду. Часто силами благодійників зводяться хачкари (кам'яні стели із зображенням хреста), присвячені невинним жертвам вірменського народу. В Україні особливо багато хачкарів було зведено до 100-ї річниці геноциду, у 2015 р. Хачкар як пам'ятка вірменського народу не лише знаменує певну подію а й стає окрасою місцини, де він знаходиться. Основним елементом хачкару є хрест, що робить усі пам'ятки схожими між собою. Однак орнаменти, що його оточують можуть бути дуже різноманітними: гранат, виноград, птахи, звірі, розп'яття, тощо. 16 червня 2017 року за ініціативою СВУ було проведено презентацію виставки вірменських хачкарів та території заповіднику «Софія Київська». По закінченню безкоштовної виставки (1 липня того ж року) усі хачкари відправлено по областях України, де кожен з них буде встановлений та освячений

***Література*:**

1. Бережна Н. О. Правове становище вірмен України у 1990-х – 2000-х рр.(на матеріалах Черкаської громади) // Вісник Черкаського університету. Історичні науки. 2012. № 29. С. 111-116.
2. Всеукраїнське громадське об'єднання «Товариство "Україна-Вірменія. URL: http://www.kievao.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=829%3A-q-q-&Itemid=28.
3. Декларація прав національностей України // Верховна Рада України. 1991. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1771-12.
4. Закон України «Про національні меншини в Україні» // Верховна Рада України. 1992. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2494-12.
5. Конституція України. Розділ І. Загальні засади // Верховна Рада України. 1996. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80.
6. Маркос Оганесян: Досягнення Спілки вірмен України повинні бути розвинені і примножені // Спілка вірмен України. 2017. URL: http://www.sau.org.ua/markos-oganesyan-dostizheniya-soyuza-armyan-ukrainy-dolzhny-byt-razvity-i-priumnozheny/.
7. Національні меншини України : Інформ. довід. / Упоряд. Т.І. Пилипенко, А.І. Осауленко. Київ: Голов. спеціаліз. ред. літ. мовами нац. меншин України, 1995. 51 с., [21] арк. дод.

***Лукава Дарина**, аспірантка НАКККіМ*

ТВОРЧА ТА ПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ МИХАЙЛА МИКИШИ

Михайло Венедиктович Микиша (1885-1971) – видатний оперний співак та педагог родом з Полтавщини. Ця благодатна земля подарувала нашому народові багато талановитих митців. Українська пісня з дитинства запала в душу Михайлові. Починаючи з 1914 року, впродовж життя, Михайло Венедиктович був солістом оперних театрів Києва, Москви, Харкова.

Він був не тільки артистом, але і громадським діячем – депутатом Дзержинської райради м.Харкова. Проте шлях до успіху видатного українського співака був складним, тернистим. Спочатку закінчив Миргородську художньо-промислову школу за спеціальністю скульптура і художника, де захопився революційними настроями та був заарештований за розповсюдження нелегальної літератури.

У 1905 році він поступив на навчання до Київської музично-драматичної школи імені М. В. Лисенка.

Микиша був улюбленим учнем знаменитого Олександра Пилиповича Мишуги. Ця людина відіграла значну роль у житті Михайла Венедиктовича. Мишуга був сподвижником Миколи Лисенка, другом великого Івана Франка і прикладом для наслідування для підростаючого покоління. Всесвітньовідомий український співак Мишуга був зразком артиста, що сполучає у своїй діяльності служіння мистецтву з глибоким демократизмом та вірністю своєму народові. Ці риси він передав і Михайлові Микиші, одному з блискучих майстрів оперного театру радянської доби.

Про роки навчання в Києві Михайло Микиша писав: «Школа Лисенка залишила в мене найкращі спогади. Незважаючи на великі вимоги, в ній було легко і радісно вчитися. Створенню такої живої, творчої атмосфери сприяв сам Лисенко та його колеги» [3, с. 83].

Із 1919 по 1922 роки працював викладачем Музично-драматичного інституту ім. М. Лисенка, був керівником і директором українського оперного театру – Музичної драми.

Нажаль 30-ті роки минулого століття в житті видатного педагога, співака й артиста Михайла Венедиктовича Микиші були наповнені трагічними подіями - в липні 1941 року за розпорядженням НКВС було відібрано 850 осіб з числа інтелігентів Харкова, куди потрапив і Михайло Микиша (офіційна версія – за націоналізм). Усіх етапом було відправлено до Сибіру.

Після реабілітації з 1930 по 1931 роки Михайло Венедиктович співав у Бакинській опері (1930–1931 рр.). Повернувся ж він до Харкова вже в складі оперної трупи. А трохи згодом Микиша (йому на той час було вже за 60 років) перейшов на викладацьку роботу до Київської консерваторії.

Завдяки його педагогічному таланту стали відмінними співаками, прославили українську вокальну школу Надія Чубенко, Анатолій Сироватко-Золотарьов, Семен Коган, Галина Станіславова, Антон Григор'єв. Дехто з учнів став педагогом, продовжуючи школу Мишуги-Микиші. Зокрема, Василь Іванович Опенько, який більше 30-ти років успішно викладав вокал у Полтавському музичному училищі та Полтавській вечірній музичній школі для робітничої молоді [6, с. 4].

У 1946 році М. Микиші було присвоєно вчене звання професора. Народна артистка Радянського Союзу Зоя Гайдай, називаючи його великим майстром оперного мистецтва, пригадувала розповіді педагога про роки навчання, коли він «...годинами слухав цікаві суперечки О. Мишуги і Баттістіні. Ці співаки, які уже досягли світового визнання, часто зустрічались, ділились досвідом, по-дружньому вчили один одного» [1, с. 4].

Найкрасномовнішим доказом високого професіоналізму співака та педагогогічної зрілості Михайла Микиші є не лише успіхи відомих співаків – учнів професора, спогади видатних його сучасників, відгуки знавців музичного мистецтва, а й плідна науково-методична робота. Із-під його пера вийшли наступні праці: «Практичні поради співакам щодо вокальної гігієни», «Вокальна термінологія», «Практичні основи вокального мистецтва» та ін. [2, с. 10].

Над підручником «Практичні основи вокального мистецтва» він працював впродовж усього життя. Його основу складають вокально-педагогічні принципи школи Олександра Пилиповича Мишуги. М. Микиша, як і його видатний учитель, був прихильником створення єдиної української вокальної школи, яка базувалась би на наукових принципах вокальної методології. Узагальнення досвіду видатного українського педагога Михайло Микиша доповнив власним тлумаченням теоретичних та практичних засад вокальної педагогіки.

Підручник отримав схвальний відгук Максима Рильського, який написав передмову з назвою «Видатний український співак і педагог». На жаль, книга побачила світ лише за рік до смерті автора.

Михайло Венедиктович знову і знову із вдячністю звертається до свого незабутнього вчителя: «У минулому учень прославленого українського співака та педагога Олександра Пилиповича Мишуги, я прагнув використати й розвинути практичні принципи його вокально-педагогічного методу відповідно до наших умов, спираючись на досягнення передової сучасної науки і практики, а також на особистий артистичний і педагогічний досвід. На основі всього цього я зробив спробу сформулювати й розвинути основні теоретичні і практичні положення вокального мистецтва та вокальної педагогіки» [4, с. 7].

Роль, яку відіграв у житті знаменитого оперного співака та прославленого вокального педагога Михайла Микиші Олександр Пилипович Мишуга була вирішальною. Михайло Венедиктович цілком присвятив своє життя служінню оперній сцені та підготовці молодих талантів для продовження справи видатного співака, одного з кращих українських вокальних педагогів, мецената й патріота своєї землі Олександра Мишуги. Усе життя М. Микиші – яскраве тому підтвердження, а постать Мишуги завжди буде світочем для митців, – уважав Михайло Венедиктович [7].

Михайло Венедиктович виховав велику плеяду українських співаків і його добрі справи будуть жити в серцях вдячних нащадків.

Література

1. Гайдай З. К 60-летию М.В. Микиши // Правда Украины. 1946. 20 июня. № 121. С. 4.
2. Мельник О. Співучий син Полтавщини // Музична Україна. 1948. № 35. С. 9–10.

3. Микиша М. Сівач краси і добра // Олександр Мишуга – король тенорів / [авт.-упоряд. М. Головащенко]. К. : Музична Україна, 2004. С. 82–87.

4. Микиша М.В. Практичні основи вокального мистецтва. К. : Музика, 1985. 114 с.

5. Михайлова Т. Виховання співаків у Київській консерваторії: хронологічний огляд з 1863 по 1963 рік. К. : Музична Україна, 1970. 128 с.

6. Тесленко В.Г. Незабутній, дивом не спалений талант (до 110-річчя від дня народження М. Микиші) // Зоря Полтавщини. 1995. №56. 10 жовтня.

7. Царук С. Вплив особистості Олександра Мишуги на творче становлення Михайла Микиші // Музичне мистецтво і культура. 2011. Випуск 13. С. 394–404.

***Міненко Людмила**, аспірантка НАКККіМ*

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВО-ФОНДОВОЇ РОБОТИ НАЦІОНАЛЬНОГО ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНОГО МУЗЕЮ УКРАЇНИ

Повний та об’єктивний за змістом аналіз науково-фондової роботи військово-історичних музеїв України не можливий без огляду відповідного нормативно-правового забезпечення. У нашому дослідженні ми висвітлимо основний перелік нормативних документів, що регламентують саме цю сферу діяльності Національного військово-історичного музею України (НВІМУ). Варто відразу відмітити бінарну підлеглість цієї інституції, для якої основною організацією за підпорядкуванням є Міністерство оборони України. Крім того, у своїй діяльності військові музеї, зокрема НВІМУ, керуються нормативними актами Міністерства культури і дотримуються діючого законодавства України.

Так, загальнодержавними нормативними актами щодо обліку, зберігання і використання пам’яток державної частини Музейного фонду України військових музеїв є Закони України: «Про культуру», «Про музеї та музейну справу», «Про державні нагороди України», «Про Національний архівний фонд та архівні установи», «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей», «Про охорону культурної спадщини», «Про благодійництво і благодійні організації», «Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними», «Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними», а також Цивільний кодекс України.

Обов’язковими у фондовій роботі є також нормативні документи Кабінету Міністрів України і Міністерства культури України: Положення «Про Музейний фонд України» і «Порядок занесення унікальних пам’яток Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного надбання».

Водночас складові фондової роботи військових музеїв конкретизовано в інструкціях. Зокрема, діють: Інструкція «Про порядок визначення оціночної і страхової вартості пам’яток Музейного фонду України» (1998 р.); Інструкція «Про порядок виготовлення, придбання, зберігання, обліку, перевезення та використання вогнепальної, пневматичної і холодної зброї, пристроїв вітчизняного виробництва для відстрілу патронів, споряджених гумовими чи аналогічними за своїми властивостями метальними снарядами несмертельної дії, та зазначених патронів, а також боєприпасів до зброї та вибухових матеріалів» (1998 р.); Інструкція «З організації охорони державних музеїв, історико-культурних заповідників, інших важливих об’єктів культури підрозділами Державної служби охорони при Міністерстві внутрішніх справ України» (2004 р.).

При цьому неоднозначною є ситуація щодо дії Інструкції «З обліку й зберігання музейних цінностей з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, що перебувають у державних музеях СРСР» (1987 р.). Цією інструкцією головний військовий музей України керувався до липня 2018 р. Про обов’язковість її використання було зазначено у Наказі Міністра оборони України № 95 від 06 березня 2002 року «Про затвердження Положення про організацію діяльності військових музеїв та музеїв (кімнат) бойової (трудової) слави у Збройних Силах України» [10].

З липня 2018 року Наказом Міністра оборони України «Про затвердження Положення про організацію діяльності військових музеїв, музеїв (кімнат) бойових традицій у Збройних Силах України» № 343 від 17 липня 2018 р. визначено, що облік музейних предметів, які містять дорогоцінні метали і коштовне каміння, здійснюється згідно Законів України «Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними» і «Про музеї та музейну справу», а також відповідно до Положення «Про Музейний фонд України» [7]. У цьому Наказі згадка про вищезазначену Інструкцію відсутня.

Попри все, основною відомчою нормативною базою для музейних інституцій є Накази Міністра оборони і Генерального штабу Збройних Сил України:

- з 1996 по 2002 рік діяв Наказ «Про затвердження Положення про Центральний музей Збройних Сил України» № 260 від 12 вересня 1996 року. Цим Положенням визначалися загальні засади діяльності музею, права і обов'язки засновника (Міністерства оборони), організаційна структура музею, основні завдання і напрями його діяльності (у тому числі фондова робота), керівництво музеєм, матеріально-технічне забезпечення та фінансово-господарська діяльність [2]. Положення було розроблене начальником Центрального музею Збройних Сил України (ЦМЗСУ) майором В.В. Карповим;
- з 2002 по 2018 рік діяв Наказ «Про затвердження Положення про організацію діяльності військових музеїв та музеїв (кімнат) бойової (трудової) слави у Збройних Силах України» № 95 від 06 березня 2002 року [10]. Цей наказ було розроблено начальником НВІМУ полковником В.В. Карповим у співпраці з провідними фахівцями музею. На його основі створено мережу військових музеїв у військових частинах української армії та упорядковано їх діяльність, а також регламентовано науково-фондову роботу. Крім того, цим наказом визначено, що ЦМЗСУ є головним відносно інших військових музеїв ЗСУ [4];
- з липня 2018 року діє Наказ Міністра оборони України «Про затвердження Положення про організацію діяльності військових музеїв, музеїв (кімнат) бойових традицій у Збройних Силах України» № 343 від 17 липня 2018 року. У Наказі враховано останні зміни законодавства України [7].

Крім того, діючими залишаються Накази Міністра оборони України:

- «Про затвердження інструкції про організацію обліку, зберігання і видачу стрілецької зброї та боєприпасів у Збройних Силах України» № 359 від 29 червня 2005 року [6];
- «Про перейменування Центрального музею Збройних Сил України в Національний військово-історичний музей України та затвердження Статуту» № 374 від 16 липня 2010 року [9];
- «Про затвердження Тимчасового керівництва з обліку військового майна у Збройних Силах України» № 690 від 24 грудня 2010 року [8];
- «Про затвердження Інструкції з обліку військового майна у Збройних Силах України» № 440 від 17 серпня 2017 [5];
- телеграма-розпорядження начальника Генерального штабу Збройних Сил України «Щодо передачі бойових прапорів військових частин, що розформовуються, а також орденів та грамот до них на тимчасове зберігання до Національного військово-історичного музею України» №335/327-т від 01 жовтня 2013 року [15].

Варто відмітити, що у період з 2002 по 2013 рік базисним нормативним актом щодо діяльності військових музеїв був Наказ Міністра оборони України № 95 від 06 березня 2002 року (далі Наказ МОУ №95). Згідно цього документу Центральний музей Збройних Сил України (ЦМЗСУ) (з 2010 року – НВІМУ) покликаний сприяти розвитку і науковій постановці музейної справи у ЗСУ та є головним у відношенні до інших військових музеїв і музейних утворень [10]. При цьому, науково-фондова робота військових музеїв здійснюється з метою формування музейного зібрання, забезпечення збереження, вивчення та описання музейних предметів і музейних колекцій, створення умов для їх використання. Усі військово-історичні пам'ятки, що зберігаються у фондах військових музеїв складають Музейний фонд України, зберігаючи при цьому автономність. А, отже, усі музейні предмети є частиною культурного надбання України. Їхній правовий захист визначається чинним законодавством, вони є державною власністю і приватизації не підлягають [1]. Не є винятком фонди

головного музею ЗСУ. Згідно Статуту, за ним закріплюється лише оперативне управління музейними предметами, колекціями тощо [9].

Комплектування фондів НВІМУ розпочалося в 1996 році. Базою стали 336 предмети, що належали до фондів колишнього музею історії військ Київського військового округу [3]. До 2002 року робота фондового підрозділу музею здійснювалася відповідно до вимог Інструкції «Про облік і зберігання музейних цінностей, що знаходяться в державних музеях» №290 від 17 липня 1985 року, затвердженої Міністерством культури СРСР [13].

Згідно Наказу МОУ №95 керівництво військового музею (музейного утворення) зобов'язане було розробити власну відповідну Інструкцію, що визначатиме внутрішній порядок обліку, збереження і реставрації музейних цінностей, їх зберігання, прийом і видачу у постійне або тимчасове користування, охорону тощо. На виконання цієї норми у 2009 році начальником лабораторії науково-дослідних робіт з дослідження проблем фондової роботи Центрального музею ЗСУ Денисюк Жанною Захарівною була розроблена і затверджена Інструкція «По організації обліку музейних фондів у Центральному музеї Збройних Сил України та філіях» [11]. Зазначена Інструкція централізовано була рекомендована для використання в роботі всіма військовими музеями ЗСУ.

У 2010 році ЦМЗСУ отримав статус Національного. У зв'язку з організаційними змінами Інструкція була доопрацьована та у 2011 році затверджена під назвою Інструкція «З музейного обліку, зберігання та використання пам'яток державної частини музейного фонду України» [14]. Дана Інструкція визначає порядок та основні форми обліку, наукової обробки, зберігання, консервації і реставрації музейних предметів та музейних колекцій. Крім цієї Інструкції, фондова діяльність НВІМУ регламентується його Статутом [9] і Положенням «Про фондово-закупівельну комісію» [12].

Проаналізувавши нормативно-правову базу, якою керується НВІМУ у науково-фондовій роботі, варто відмітити, що основні вимоги, які визначені загальнодержавними законодавчими актами, відображені у відомчих документах Міністерства оборони України, а також внутрішніх регламентах музею. Залишається відкритим питання щодо нормування зберігання музейних цінностей з дорогоцінних металів і коштовного каміння, яке на наше переконання, потребує загальнодержавної уваги і контролю.

Література:

1. Денисюк Ж. Комплектування фондів військового музею. Військовий музей. №5. 2004. С. 251–257.
2. Звіт про діяльність Музею Збройних Сил України за 1996 рік. Архів НВІМУ. Док. фонд. 5 арк.
3. Звіт про діяльність Національного військово-історичного музею України за 2014 рік. Архів НВІМУ. Док. фонд. 215 арк.
4. Міненко Л. Віктор Карпов – організатор першого військово-історичного музею Збройних Сил України. Воєнно-історичний вісник. №4(26). 2017. С. 69–78.
5. Наказ Міністра оборони України «Про затвердження Інструкції з обліку військового майна у Збройних Силах України» від 17.08.2017 № 440. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1192-17 (дата звернення 03.12.2018 р.)
6. Наказ Міністра оборони України «Про затвердження Інструкції про організацію обліку, зберігання і видачі стрілецької зброї та боєприпасів у Збройних Силах України» від 29.06.2005 №359. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0933-05 (дата звернення 03.12.2018 р.).
7. Наказ Міністра оборони України «Про затвердження Положення про організацію діяльності військових музеїв, музеїв (кімнат) бойових традицій у Збройних Силах України» від 17.07.2018 № 343. URL: http://www.mil.gov.ua/content/mou_orders/343_nm_2018.pdf (дата звернення 03.12.2018 р.)
8. Наказ Міністра оборони України «Про затвердження Тимчасового керівництва з обліку військового майна у Збройних Силах України» № 690 від 24 грудня 2010 року(зі змінами).
9. Наказ Міністра оборони України «Про перейменування Центрального музею Збройних Сил України в Національний військово-історичний музей України та затвердження Статуту» № 374 від 16.07.2010 р.
10. Наказ Міністра оборони України від 06 березня 2002 року № 95 «Про затвердження Положення про організацію діяльності військових музеїв та музеїв (кімнат) бойової (трудової) слави у Збройних Силах України». Галузевий державний архів Міністерства оборони України, ф. 3697, оп. 4809.

11. Наказ Національного військово-історичного музею України б/н від 21.01.2009 р. «Про затвердження Інструкції по організації обліку музейних фондів у Центральному музеї Збройних Сил України та філіях». Архів НВІМУ. Док. фонд. 51 арк.

12. Положення про фондово-закупівельну комісію Національного військово-історичного музею України від 30.11.2011 р. Архів НВІМУ. Док. фонд. 3 арк.

13. Приказ Министерства культуры СССР от 17 июля 1985 г. № 290 «Об утверждении инструкции по учету и хранению музейных ценностей, находящихся в государственных музеях СССР». URL: http://www.economics.kiev.ua/download/ZakonySSSR/data02/tex12550.htm (дата звернення 08.11.2018).

14. Протокол Науково-методичної ради НВІМУ щодо затвердження «Інструкції з музейного обліку, зберігання та використання пам'яток державної частини музейного фонду України» від 29.09.2011 р. Архів НВІМУ. Док. фонд. 74 арк.

15. Телеграма Генерального штабу Збройних Сил України «Щодо передачі бойових прапорів військових частин, що розформовуються, а також орденів та грамот до них на тимчасове зберігання до Національного військово-історичного музею України». Наказ №335/327-т від 01.10.2013 р.

***Мокроусов Артур**, аспірант НАКККіМ*

ПІСЛЯВОЄННА ВІДБУДОВА КОНОТОПСЬКОГО МІСЬКОГО КРАЄЗНАВЧОГО МУЗЕЮ ІМ. О.М. ЛАЗАРЕВСЬКОГО

Новостворена у 1939 р. Сумська область мала досить серйозні успіхи у розбудові музейної справи. Але процес становлення музейництва перервався початком Другої світової війни: із серпня 1941 р. по вересень 1943 р. На території Сумщини перебували німецькі окупаційні війська. Війна завдала великої шкоди музейним колекціям регіону, оскільки місцева влада не потурбувалася про евакуацію музейних зібрань у тил.

Одному директорові Сумського художнього музею О.І. Маршалі-Чкаловській за власною ініціативою вдалося евакуювати значну частину експонатів музею, чому посприяла евакуаційя командування штабу Південно-Західного фронту.

Частину колекції евакуйовано спочатку до м. Горького (зараз м. Нижній Новгород, Російська Федерація), а згодом – до м. Новосибірськ [16, 4]. Майно художнього музею, що не вдалося евакуювати, загинуло під час бомбардування м. Суми німецькою авіацією. Відомо, що була знищена бібліотека в загальній кількості 6000 тис. одиниць та багато інших цінностей закладу, включаючи і високовартісні художні твори [16, 5].

У різних джерелах, спогадах, що стосуються музейництва Сумщини спостерігається той факт, що працівники музеїв, їхня рідня, сусіди, знайомі, ризикуючи власним життям, зберігали у себе найбільш цінні музейні предмети. Так вдалося зберегти від знищення та пограбування експонати Конотопського, Лебединського, Роменського та інших музеїв регіону.

Через бомбардування міста Суми восени 1941-го р. в Сумський краєзнавчий музей влучила бомба, колекція закладу була знищена майже повністю, залишилась невелика кількість предметів. Під час окупації музей відновив свою діяльність, але під час відступу у 1943 р. окупанти пограбували та спалили приміщення установи. Що стосується довоєнної колекції музею, то вцілілих предметів майже не залишилось, у повоєнному акті завданих збитків зазначено що вціліла тільки частина предметів з археологічної та теологічної колекцій установи [16, 10 – 11].

Далі досліджуючи проблематику післявоєнної відбудови музейних закладів Сумщини та розглядаючи звіти по завданим збиткам саме музейних колекцій 1943-го р., а також звіти по віднайденим експонатам станом на 1946 р., бачимо, що Сумський краєзнавчий музей, а саме його унікальні колекції майже не збереглись.

Цінності музеїв регіону під час наступу та відступу німецьких військ досить часто грабувались місцевими мародерами. В години відступу німецьких військ у вересні 1943 р. Роменський краєзнавчий музей був серйозно пограбований місцевими мародерами, хоча згодом частину колекції було віднайдено [12, 102].

Через політику повернення приходів та церков і церковних цінностей Роменський музей передав церкві книги релігійної тематики, ікони, хоругви, та інше церковне майно [11, 1, 4]. При відновленні радянської влади вищезазначене майно було знову частково віддано в музей, так збереглася колекція цього музейного закладу, котрий зараз працює у складі Державного заповідника «Посулля».

В окупації не мав приміщення і не працював Охтирський музей, колекція закладу була складована у підвалі Покровського собору, частково розграбована [15, 2].

Музей Глухова в період окупації не був позбавлений старого приміщення, експозиція теж не була зачеплена німцями (окрім комуністичної тематики) [16, 45]. Матеріальні збитки по втраті фондів Глухівського музею були відносно невеликими і становили всього лише 31,3 тис. крб., що було мізером в порівнянні зі збитками таких закладів, як Конотопський, Сумський та ін., та на 44 тис. крб. було пошкоджено приміщення музею. Дуже швидким був наступ Червоної Армії на Глухів, що, в свою чергу, не сприяло намірам німців розграбувати заклад, тому цей музей був пошкоджений менш ніж інші музеї області [16, 46].

Окрему увагу слід приділити директору Лебединського художнього музею Б.К. Руднєву, йому вдалось ввести в оману окупаційну владу щодо цінності експонатів підпорядкованого йому закладу та зберегти музей [14,15]. Діяв Лебединський музей під час окупації постійно, а при відступі німецьких військ з міста директор постійно знаходився в музеї, і, таким чином, уберіг установу від грабування мародерами.

Путивльський музей теж не було зачинено під час окупації, заклад поніс невеликі збитки [13, 4].

В окупованій Сумщині музеї здійснювали експозиційно-екскурсійну роботу, діяльність же за іншими напрямами майже не проводилась у цьому регіоні.

Визволення Сумської області від окупаційних військ восени 1943 р. відразу позитивно вплинуло на розвиток музейництва в регіоні. Розпочалась активна робота по відновленню колекцій, відбудові будівель музеїв, створенню нових експозицій, присвячених визволенню регіонів по всій Україні.

Фінансування музейної галузі з боку окупантів в роки війни проводилось дуже погано, працівники змушені були виживати, працюючи зовсім в інших сферах, котрі не мали нічого спільного з музейництвом. Цей факт теж негативно впливав на розвиток галузі. [12, 102].

У нашому повідомленні акцентуємо увагу на післявоєнній відбудові Конотопського міського краєзнавчого музею ім. О. М. Лазаревського як найстарішого та одного з найбільших музеїв області того часу. Збитки фондів та музейного устаткування становили 2043000 крб. [4, 1]. Не працював Конотопський музей під час окупації взагалі, колекція була частково пограбована, частково рознесена по домівках співробітників закладу та ретельно захована. Його приміщення було перетворено на військовий шпиталь. По звільненню міста у приміщенні музею не залишилося жодного експонату [14, 3].

Одразу після визволення в Конотопському музеї спостерігаємо активну роботу в закладі. Директором Францкевичем Олександром Олександровичем вже у вересні було написано план роботи на 4-й квартал 1943 р., в якому першим пунктом було визначено побудову відділу «Отечественная Война», в якому була чітко окреслена стратегія побудови експозиції [1, 1].

Першим в пункті адміністративно-господарській роботі бачимо:

1. Пошук втрачених експонатів.
2. Бронювання будівлі під музей.
3. Кошторис витрат на ремонт.
4. Поточний ремонт (з детальним ремонтом будівлі власними силами) [1, 2].

Під терміном «кошторис», чи «ремонт» у післявоєнний період малось на увазі виділення простих будівельних матеріалів для елементарної відбудови хоча б самої основи будівель, це спостерігалось по всіх звільнених територіях, без виключення, оскільки збідність місцевого населення була занадто великою, руйнаційні масштаби були надмірно великі.

З розпоряджень, зроблених одразу після звільнення міста керівництвом закладу в особі директора Францкевича О. О. видно що це людина досвідчена в своїй справі, з вищою освітою.

Вже зі звіту за 1943 р. бачимо, що музей отримав місце постійного розташування – вул., Виконкомівська 21. Заклад мав штат: директор, науковий працівник (Трипольська Ніна Олександрівна [3, 1]), технічний працівник (прізвище не зазначено) [2, 1].

Далі в Державному архіві Сумської області зберігається акт про завдані збитки та віднайдені і зібрані експонати за 2 роки з 1943 по 1946 рр.

Датований січнем 1946 р. акт переліку експонатів фондів, з якого чітко видно, що значна частина експонатів одної з найбагатших колекцій регіону все ж таки була врятована небайдужими працівниками закладу та містянами. А двома працівниками закладу проведено величезну роботу по пошуку та упорядкуванню фондової колекції, при цьому вже з січня 1944-го р. музей відновив свою роботу по прийому відвідувачів. [4, 1].

У плані роботи на 1944 р. видно що музейники запланували відновлення археологічної роботи на літній період [4, 3].

На момент відкриття в закладі вже налічувалось 6 відділів. Організовано співпрацю з Сумським обласним музеєм, зорганізовано курси по підвищенню кваліфікації робітників музею, поставлено фотолабораторію любительську при музеї. [4, 5].

З виходом наказу №147 по Комітету в справах культурно-освітніх установ при РНК УРСР від 16 липня 1945 р. «Про заходи в охоронній та протипожежній безпеці», в музеях країни вже у 1945-1946 рр. заговорили про охоронців та доглядачів. Розроблялись заходи по протипожежному захисту приміщень музеїв [5, 1-2] .

Накази від вищого керівництва держави свідчать про позитивні післявоєнні зрушення для музейної спільноти країни. В державі почали серйозно займатися збереженням культурних надбань, хоча були в цій галузі дуже великі проблеми в зв'язку з тоталітарним політичним режимом, що панував тоді в країні. Все це негативно впливало як на регіональному, так і на місцевому рівнях.

Вищевказаний наказ позитивно вплинув і на Конотопський музей. З клопотання директора установи Францкевича Олександра з лютого 1946 р. в музеї з`явився сторож, хоча вже у 1947 р. знову заклад залишився без охорони, аж до початку 1950-х рр.

З плану на 1945 р. видно, що музейники Конотопу активно займались археологічними дослідженнями району, а саме: Присеймів`я, стоянку палеоліту поблизу села Камінь Кролевецького району [6, 3-6].

У звіті за 1946 р. видно, що Конотопський музей поповнився штатом і наукових співробітників, окрім наукового працівника Трипольєвої Н. П., котра вже фігурувала раніше, штат працівників поповнився ще одним науковим працівником – Андрущенко А. В. [7, 3-4]. Також цікавим фактом є те, що в музеї з`явився ще і реставратор, в котрому музей мав велику необхідність після війни. Хоча, судячи з штатно-кошторисної документації, в якій по штату реставратор не зазначається, ця посада була або тимчасовою, або фінансувалась з якихось інших, не відомих нам джерел.

У звіті про роботу закладу за 1947 р., та штатному розписі на 1948 р. керівник закладу вів активну боротьбу з владою за матеріальне благополуччя музею та піклувався про розвиток наукової проблематики музейництва на місцевому рівні [10, 9]. Видно, що не завжди, але в керівника це виходило. В бюджеті на 1948 р. на наукову роботу закладу було виділено 14000 тис. [9, 3].

Станом на 1950 р. із звіту 1949 р. спостерігаються суттєві зрушення по відбудові та оновленню Конотопського музею після війни. Це і внутрішній ремонт приміщення, і виділення відокремленого приміщення для фондосховища, перебудування закладу під колове проходження по залах. В музеї вже повноцінно функціонує два відділи з 8-ми кімнат, фонди нараховують 1702 експонати, фондову колекцію систематизовано [10, 1-5].

Підсумовуючи вищевикладене, можна сказати, що ці 10 років для музейництва країни, та, зокрема, для Конотопського музею, були дуже важкі, але, як показала практика, музеї змогли вистояти та почали відроджуватися в новій іпостасі, з новими поглядами музейних науковців на подальший розвиток галузі, як на місцях, так і по всій країні в цілому.

Що стосується саме музею в Конотопі, то для нього з 1950 р. наступає новий етап в розвитку, саме в 1950-му на зміну досвідченому Олександру Олександровичу Францкевичу приходить новий енергійний керівник Москальов Іван Воніфатійович, що в подальшому зробить дуже багато для

закладу, пропрацювавши на даній посаді до початку 1990-х років. Але ця сторінка в історії Конотопського міського краєзнавчого музею ім. ОМ. Лазаревського заслуговує на подальше окреме дослідження.

Література:

Фонд Р-5096. Конотопський краєзнавчий музей Сумського обласногоуравління культури. Опис 1.:

1. Спр. 1. План работы музея на IV квартал 1923 года 2 арк.
2. Спр. 2. Годовой отчет о работе музея за 1943 год. 1 арк.
3. Спр. 3. Переписка с Конотопским горисполкомом о востановлении музея / 16 сентября 1943г – 6 сентября 1943 г. 4 арк.
4. Спр. 4. Акт об убытках, нанесённых музею немецко – фашистскими захватчиками в период временной оккупации г. Конотопа, опись экспонатов. 23 сентября 1943 г. – 1 января 1946 г. 44 арк.
5. Спр. 5. Годовой план работы музея на 1944 год. 2 арк.
6. Спр. 6. Смета расходов штатное расписание на 1944 год 6 арк.
7. Спр. 8. Годовой отчёт о работе музея за 1944 г. 26 арк.
8. Спр. 14. Переписка с Комитетом по делам культурно-просветительских учреждений о сборе и учёте экспонатов. / 9 февраля 1945 г. – 11 октября 1945 г. 6 арк.
9. Спр. 31. Утвержденнное штатное расписание и смета расходов на 1948 год. 15 арк.
10. Спр. 34. Отчет о работе музея за 1949 год. 5 арк.

Фонд Р-6434. Роменський краєзнавчий музей Сумського обласногоуправління культури. Опис 1.:

11. Спр. 130. Дело по иску музея к Роменской Вознесенской церкви о возвращении музейного имущества. 5 декабря 1949 г. – 15 декабря 1950 г. 16 арк.
12. Габрелян В. Історія створення Роменського краєзнавчого музею // Актуальні питання історії, культурології та краєзнавства : матеріали наук.-теор. конф. викладачів, аспірантів та студентів (23 – 24 квітня 2007 р., Суми) / Сумський державний університет. Суми : Вид-во СумДУ, 2007. Вип. II. С. 101 – 103.
13. Житник І. Стає музей культурним центром // Сумщина. 1999. № 45. С. 4.
14. Кравченко В. Лебединський художній музей // Культура. Історія. Традиції. 2005. № 7. С. 14 – 15.
15. Марущенко В. Історія краєзнавчого музею // Город А. 2002. № 20. С. 2.
16. Чижов О. Розвиток культурно-мистецьких закладів на Сумщині (кін. 30-х рр. XX ст. – поч. XXI ст.): дис. … канд. іст. наук (доктора філософії) // НАККіМ, 2017.

Орлова Ірина, *аспірантка НАКККіМ*

ДУХОВНО-КУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУСПІЛЬСТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

В Україні одна з проблем у сфері забезпечення дієвої національної культурної політики полягає в тому, що відповідні підходи, запозичені у західних країнах, не враховують особливості духовно-культурного потенціалу нашої держави та її регіонів, й орієнтовані на характерну для сучасного західного суспільства систему ідеалів, цінностей, зразків поведінки, які достатньою мірою не сприймаються українською спільнотою.

Результати культурологічних досліджень свідчать, що базисні цінності українського соціуму суттєво відрізняються від тих, що притаманні сучасному західному суспільству. Саме через це пряме запозичення західних моделей не дозволяє використовувати інтеграційні та мотиваційні ресурси духовно-культурного потенціалу українського суспільства для забезпечення його культурного розвитку.

При визначенні структури духовно-культурного потенціалу розвитку України доцільно базуватися на трьох складових:

1) змістовне наповнення духовно-культурного потенціалу як сукупності значущих для суспільства ідеалів, уявлень про належне, принципів, цінностей, цілей, поведінкових установок, зразків поведінки та взаємодії з тих чи інших питань, соціальних практик, що склалися. Саме ці елементи вирішальним чином визначають поведінку людей;

2) основні аспекти розвитку України як держави: економічний, соціальний, екологічний. Кожному з них відповідає і певний духовно-культурний потенціал як сукупність ідеалів, принципів, цінностей, цілей, поведінкових установок тощо, котрі залежно від свого змісту сприяють або стримують її культурний розвиток;

3) ключові суб'єкти, що впливають на забезпечення її культурного розвитку:

а) органи влади різного рівня (сфера розробки, ухвалення та реалізації управлінських рішень);

б) бізнес-структури (сфера господарської діяльності та економічного розвитку);

в) громадянське суспільство (сфера громадської активності та самоорганізації, інститути громадянського суспільства);

г) людина (сфера звичайного життя, повсякденні життєві практики).

Модернізація українського суспільства та намагання правлячих еліт здійснювати розвиток України завдяки орієнтації на Європейський Союз відбуваються в складних умовах внутрішніх і зовнішніх викликів.

Тому актуальним є виявлення ресурсного потенціалу даних цінностей, які можуть інтегрувати та мотивувати учасників соціально-відтворювального процесу у різних сферах життєдіяльності. Розробка та втілення в управлінську практику діалогових суб'єкт-суб'єктних моделей інституційних механізмів регуляції соціальної взаємодії, норми й правила яких пов'язані з базисними цінностями українського суспільства і залучають їхній інтеграційний та мотиваційний потенціал, є дуже складним завданням. Багато в чому ця складність пояснюється тим, що в Україні домінує владно-власницький тип соціальних відносин, який взаємопов'язаний з відповідною йому ціннісною системою.

Основним суб'єктом даного типу відносин є корпорація «влада + великий бізнес». В умовах централізованої системи державного управління вона реалізує суб'єкт-об'єктну модель взаємодії з суспільством та природою і руйнує його базисні цінності. Дана корпорація не зацікавлена в будь-якому впливі з боку громадянського суспільства, в тому числі у впровадженні суб'єкт-суб'єктних моделей інституційних механізмів регуляції взаємодії органів місцевого самоврядування з територіальною громадою як первинним суб'єктом. Тому всупереч чинному законодавству місцеве самоврядування не виокремилось з системи централізованих державних інститутів влади, а територіальна громада не трансформувалася з об'єкта управління у самоврядний суб'єкт розвитку.

Слід також відзначити, що правлячі політичні еліти та оточуючі їх експертно-консультативні кола розглядають західні цінності як зразок для жителів України. Вони вважають за необхідне набуття українським суспільством західної культурної ідентичності, в тому числі шляхом проведення інституційних реформ і впровадження західних інституційних моделей, пов'язаних з притаманними їм цінностями [2, с.31].

В процесі модернізації в Україні відбувається зіткнення різних типів соціальності, як і ціннісних систем, що з ними сполучені. Результатом намагання правлячих еліт втілити у життя західні інституційні моделі, тобто норми та правила регуляції соціальної взаємодії певного смислу (що визначається принципом конкуруючого партнерства та відповідними цінностями західного типу людини), є домінування владно-власницького типу соціальних відносин (заснованого на принципі панування-підпорядкування і певних цінностях), соціальний і культурний розкол українського суспільства, блокування та розмивання вищих смисложиттєвих цінностей [1, с.122].

Література:

1. Дрожжина С. В. Культурна політика сучасної полікультурної України: соціально-філософський та правовий аспекти: монографія. Донецьк. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. 198 с.

2. Здіорук С. І. Культурна політика України: національна модель у європейському контексті : аналіт. доп.; за ред. С. І. Здіорука. К. : НІСД, 2012. 64 с.

***Тишкевич Олександр**, аспірант НАКККіМ*

IV ДЕРЖАВНА ДУМА: НА МАТЕРІАЛАХ ГАЗЕТ КИЇВСЬКОГО ГЕНЕРАЛ-ГУБЕРНАТОРСТВА 1907-1914 РР.

IV Державна дума розпочала свою роботу 15 листопада 1912 р. як і в попередніх Думах, в ній утворилася думська опозиція, партійні фракції. «Побажаємо ж поступовим депутатам нової Думи більше одностайності, – писала в ті дні газета «Рада». – Хай дрібні фракційні й партійні суперечки відійдуть на друге місце перед великими завданнями, які належить здійснити думській опозиції. Країна ще нічого не має, а яку дрібницю опозиція четвертої думи не виборола б – це все таки буде великою заслугою» [1].

Газети друкували відомості про депутатів Державної думи. Зокрема, газета «Маяк» повідомляла, що від Київщини обрано делегатом селянських інтелігентів бувшого волоського лікаря в м. Германівці Київського повіту – Петра Мерщій» [2] , котрий був добре відомий на Київщині. Він був земським гласним та інструктором по кооперації. Газета «Маяк» писала, що він «не пішов за темними селянами-депутатами та й не тягне руку за панами з правого блоку, а заявив себе щирим заступником того люду, од кого він вибраний» [2]. Газета характеризувала П. Мерщія як людину котра не забуває про те, що він українець з роду й по думках [2], що поїхав до столиці відстоювати національні та краєві інтереси.

Депутат від Київщини П. Мерщій протягом своєї думської діяльності тісно співпрацював з київською щотижневою українською газетою для селянської та робітничої інтелігенції «Маяк», зокрема, він систематично надсилав повідомлення про роботу IV Думи, котрі публікувались у газеті «Маяк» у рубриці «Вісті з Думи».

Великого значення надавав П. Мерщій об'єднанню селянських депутатів в Думі для відстоювання своїх інтересів. «Бо всякий окремо нічого не буде вартий, а надій на ті політичні партії (чи то з права, чи то зліва, які так багато кричать буцім то вони страшенно піклуються про селянство, - на це покладатися не можна» [2].

За словами П. Мерщія, в IV Думі згуртувалося 50 селян, які «закласти в Думі гурток селян, в купі з козаками котрий би роздивлявся і розбирався б в тих нуждах, які переживає селянство і обстоював би інтереси селян в державній думі» [2]. Такий гурток було створено і він активно заявляв про себе в роботі Думи при обговоренні різних питань. А вже 21 лютого 1913 р. в газеті «Маяк» опубліковано повідомлення П. Мерщія під назвою «Ще про селянський наш гурток», у якому він писав, що «наша громада вже тепер налічує 57 членів і зійшла на твердий шлях, прямуючи до корисної праці». Було обрано кілька комісій, яким доручалося розглядати ті законопроекти, що зачіпляють селянські інтереси. У селянському гуртку було утворена і земельна комісія, котра розглядала законопроект про казенні землі, котрий був поданий царським урядом ще в третю Думі і лежав без розгляду 5 років. Не обминув своєю увагою селянський гурток і законопроект під назвою «Про заохочування переселенців до хазяйнування на пустопородних казенних землях в рідка населених містах», який обговорювався в переселенські комісії IV Думи.

Але незважаючи на всі старання таких депутатів-українців як П. Мерщій в IV Думі не було вже й української фракції [3]. А тому всі українські питання ігнорувалися, в тому числі і питання про введення української мови у школах в Україні.

На основі вищенаведеного, можна дійти висновку, що діяльність IV Державної думи стали значним явищем в житті суспільно-політичному Російської імперії, і зокрема Наддніпрянської України, котра була російською провінцією. Після революції 1905–1907 рр. отримав можливість парламентським шляхом відстоювати свої національні, політичні, соціальні та культурні інтереси. Хоча царський уряд намагався всіляко обмежувати представництво українців в думах, особливо

селянство, проте тому не вдалося придушити національний рух на Наддніпрянській Україні. Хоча українці фактично і не отримали від участі в роботі I – IV Державних дум, але вони, ще раз заявили про себе як про самобутню націю, котра має право на своє самовизначення.

Література:

1. Рада. 15 листопада 1912 р.
2. Маяк. 10 січня 1913 р.
3. Маяк.. 21 лютого 1913 р.

***Сиваш Ілона**, аспірантка НАКККіМ*

ЕТНОМОТИВИ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ РЕКЛАМІ

Національні мотиви все частіше зустрічаються у проектуванні логотипів, є атрибутикою фірмового стилю чи постають у рекламі тих чи інших брендів. Рекламна індустрія спрямована на ґрунтовний аналіз вподобань та зацікавлень цільової аудиторії з метою створення максимально дієвої рекламної кампанії для того чи іншого замовника. Історія професійної реклами бере свій початок від індустріальної революції II пол. XVIII ст., коли у зв'язку із початком масового виробництва продукції підвищилась конкуренція та виникла потреба в просуванні багатьох товарів.

Народні мотиви як каталізатор продажів у Україні використовував підприємець Г.Брокар ще наприкінці XIX ст., зображаючи на упаковках мила, виготовленого на його підприємстві, схеми для вишивок хрестиком, що сприяло активним покупкам його товару серед прихильниць народної вишивки. «Стрімкому поширенню техніки хрестика й натуралістичних квіткових орнаментів у червоно-чорній гамі сприяли й рекламні листівки з надрукованими узорами для вишивання, які безплатно у вигляді премії надавали покупцям дешевого гліцеринового мила (один брусок коштував копійку) або одеколону. Виробляла мило та іншу парфумерну продукцію з 1864 р. московська фабрика «Брокаръ и К», засновником і власником якої був купець Генріх Брокар, француз за походженням [1]». Саме завдяки такій рекламній акції в українське народне ремесло вишивки увійшли квіткові мотиви, до цього характерні переважно для міського мистецтва.

До народного мистецтва зверталась і агітаційна машина Радянського Союзу. Особливо, на етапі формування держави та в період громадянської війни. «На початку становлення влади підтримувались нові мистецькі напрями, внаслідок чого з'явились такі види авангардного мистецтва, які не мали аналогів у країнах Західної Європи, а саме – агітаційно-масове мистецтво (роботи О.Екстер, О.Богомазова, А.Петрицького, В.Єрмілова, бойчукістів та ін.). Воно торкалось всіх різновидів мистецтва – декоративно-прикладного (агітаційний фарфор), декоративного оформлення (розписи агітпоїздів, пароплавів), графічного (художнє оформлення журналів), в яких органічно поєднувалися орнаментальні мотиви з політичними гаслами [2, 40]».

Починаючи з 1991 року в уже Незалежній Україні рекламні агенції все частіше почали використовувати народні мотиви, передусім, орнаментику, у рекламі. Продукти та послуги, в яких намагались підкреслити національну складову та близькість до народних традицій – заклади харчування в етностилі, виробники сувенірної продукції, представники харчової промисловості, що пропонували вироби за народними рецептами та інші, замовляли фірмовий стиль та рекламні кампанії з обов'язковими етномотивами. Також, рекламні кампанії низки політиків, їхня передвиборча агітація, також часто базувалась на підкресленні вірності національним традиціям. Подекуди, подібні рекламні кампанії мали негативне сприйняття в суспільстві, через невисокий статус продукції, що рекламувалась. «Досліджуючи рекламну графіку у широкому контексті, звертаючи особливу увагу на культурно-естетичні проблеми реклами, доходимо висновків про те, що реклама зазнає позитивних і негативних впливів соціокультурних трансформацій, через що використання візуальних засобів у рекламі повинно обумовлюватися орієнтацією на цільову

аудиторію, з урахуванням визначених естетичних ідеалів, національного забарвлення та етномистецьких традицій [3, 9]».

Нині в Україні існує колосальна потреба в самоідентифікації суспільства. Народна культура стає одним з об'єднуючих факторів. Зрозуміло, що рекламна індустрія зважає на такий попит та демонструє нові приклади етномотивів у рекламі. Все більше підприємств, установ, медійних компаній, прагнучи надати своїм товарам чи послугам національного забарвлення, використовують народну символіку чи образи народної культури.

Інколи, створення фірмового стилю з народними орнаментами є іміджевим питанням певного міста чи регіону, наприклад, продемонстрований широкому загалу фірмовий стиль курорту Славське. В логотип включено елементи характерного для регіону орнаменту. «Мешканці хотіли відійти від позиціювання Славського виключно як гірськолижного курорту. Натомість хотіли, щоб селище позиціонувалося як курорт для всесезонного туризму, а також хотіли, щоб у самому логотипі було відображено, що це – Бойківський край з його особливими історичними і культурними традиціями [4]».

Питанням престижу України була розробка фірмового стилю та рекламної кампанії до Міжнародного пісенного конкурсу «Євробачення», що проводився 2017 року. Використані мотиви орнаментики отримали схвальні відгуки та високі винагороди серед фахівців.

Отже, сьогодні рекламна індустрія активно звертається до народного мистецтва. Рекламні кампанії, що мають національний колорит, відповідають вимогам як замовника, так і глядача. Тому, подібна практика сприяє збереженню та розвитку етномистецьких традицій у дизайні реклами.

Література:

1. Брокарівська вишивка. URL: http://www.skarby.org.ua/brokarivska-vishivka.
2. Гончар К. Образотворчий фольклор у сучасному культуротворчому процесі: традиції і новаторство: дис… канд. мистецтвознав.: 26.00.01. Інст. проблем сучасного мистецтва НАМ України. Київ, 2015. 224 с.
3. Бітаєв В., Прищенко С. Вплив етномистецьких традицій на розвиток рекламної графіки в Україні // Актуальні проблеми мистецької практики і мистецтвознавчої науки: збірн. наук. праць. 2015. Вип.7. С. 5–10.
4. Для Славського розробили новий туристичний бренд. URL: https://prolviv.com/blog/2017/11/13/dlia-slavskoho-rozrobyly-novyi-turystychnyi-brend.

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА В СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСАХ СУЧАСНОСТІ

Бакало Тетяна, *студентка магістратури НАКККіМ*

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Сучасні інформаційні технології відкривають безліч можливостей у сфері управління інформацією, збільшуючи ефективність роботи з даними та зменшуючи затрати людських ресурсів. Сучасне суспільство, що живе в епоху стрімких цифрових перетворень, потребує швидкої, ефективної та чіткої роботи з інформацією, що охоплює усі сфери життя. Що стосується бізнесу чи державного управління, то будь-яка сучасна організація, незалежно від форми власності, потребує ефективного управління інформаційними системами. Керівникам недостатньо володіти інформацією, потрібно чітко розуміти як її використовувати для досягнення основної мети діяльності в умовах високої конкуренції [1].

Світові лідери та топ-менеджери все частіше звертаються до новинок ІТ-ринку з метою заміни людських ресурсів цифровими технологіями. Переваги автоматизації процесів обробки інформації, напевно, найбільше використовуються в сфері управління, де вони можуть бути використані у вигляді керуючих впливів. За таких умов керівники можуть бути впевненими в ефективному управлінні інформаційною діяльністю, документно-інформаційними ресурсами та комунікаціями.

Сьогодні в роботі більшості міжнародних фірм широко використовуються програмні продукти, які дозволяють певним чином автоматизувати різні етапи управління інформацією, зокрема в частині здійснення процесу створення документів, планування, аналізу трендів а зберігання даних. Для прикладу, в американській корпорації IBM (International Business Machines Corporation), що спеціалізується на виробництві комп'ютерів, програмного забезпечення та наданні послуг консалтингу, всередині управлінської системи використовується програма власного виробництва, Jam. Вона позиціонується як стратегічна програма, що допомагає організації генерувати і розвивати ідеї навколо бізнес-критичних або термінових соціальних проблем, забезпечуючи ефективне управління величезними масивами даних. Вона об'єднує діяльність усіх підрозділів корпорації, забезпечуючи цілісну і ефективну роботу [2].

На жаль, поки що на ринку представлено дуже мало вітчизняних програмних продуктів, здатних конкурувати з американськими чи японськими програмами, а ті, що існують – успішно використовуються українськими підприємствами та державними установами.

У 2012 р. виконавчим органом Київської міської ради було видано Розпорядження № 2368 «Про затвердження Порядку роботи з документами в інформаційно-телекомунікаційній системі «Єдиний інформаційний простір територіальної громади міста Києва», що зумовило перехід підпорядкованих установ на запровадження електронного документообігу. З початку 2013 р. в Київській міській державній адміністрації почала функціонувати система електронного документообігу «АСКОД», розроблена Центром комп'ютерних технологій «ІнфоПлюс». Ця система забезпечує класичний тип доступу до функціоналу Desktop-клієнта. Робоче місце з встановленою підсистемою працює в локальній та корпоративній мережі, охоплюючи як діловодний, так і управлінський контур організаційної структури, втілюючи специфіку Desktop-орієнтованих застосувань і надаючи секретарю відповідні переваги під час здійснення процесу реєстрації документів (швидкодія, підвищена стійкість, надійність і захищеність, відсутність дефіциту системних ресурсів і обмежень під час роботи з периферійними пристроями). Програма «АСКОД Корпоративний» реалізує функції системи електронного документообігу та функції системи електронного діловодства, забезпечуючи при цьому створення єдиного інформаційно-комунікаційного простору і загального структурованого сховища документів [3].

Серед автоматизованих систем слід виділити «Essential PIM Pro», що розроблена закордонними фахівцями у сфері інформаційних технологій і широко використовується в Україні. Ця програма призначена для управління обліковими записами, налаштування ролевих і групових прав доступу користувачів, ведення нормативно-довідкової інформації, покращення виконавчої дисципліни та полегшення діловодних процесів. «Essential PIM Pro» має великий функціонал: календар планування справ, створення нотаток та реєстрація документів в електронних картках, забезпечення доступу до електронної пошти тощо. Переносна версія програми може працювати прямо з USB-накопичувачів або з інших портативних пристроїв. База даних і налаштування програми зберігаються в спеціальній папці, не залишаючи ніяких слідів програми на комп'ютері. Дані можуть бути надійно зашифровані алгоритмом шифрування для запобігання несанкціонованому доступу в разі втрати пристрою. «Essential PIM Pro» має функцію керування тегами для створення перехресних посилань між будь-якими EPIM елементами. Наприклад, в завданні можна посилатися на людей (модуль контактів), з якими необхідно зустрітися, і на справи (модуль справ), які необхідно виконати до зустрічі [4].

Як видно, такі системи забезпечують можливість дослідження файлів та баз даних, полегшують здійснювати контроль за дорученнями та є допоміжним інструментом здійснення інформаційного менеджменту. Використання автоматизованих систем дозволяє зменшити робочий час, що витрачається інформаційними менеджерами на здійснення монотонних та стандартизованих процедур, і підвищити цінність та ефективність виконання поставлених перед ними задач.

Отже, сучасні інформаційні технології дозволяють ефективно вирішувати будь-які завдання управління в рамках єдиної платформи, що істотно знижує терміни виконання ініціатив, і дозволяють інформаційним технологіям стати надійним партнером управлінського апарату, підтримуючи якісну роботу та позитивний розвиток у період активної цифрової трансформації.

Як зазначає президент «IBM» Вірджинія М. Рометті: «…у наступні 10 років визначальну роль гратиме вміння використовувати штучний інтелект та когнітивні обчислення. Починається нова епоха» [2].

Література:

1. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 року №2567 // Відомості Верховної Ради України. 1992. № 42. ст. 650.
2. Автоматизація процесів діяльності IBM. URL: https://www.ibm.com.
3. АСКОД Корпоративний. URL: http://infoplus.ua.
4. Основные возможности EssentialPIM URL: https://www.essentialpim.com/ru/pc-version/features.

Білецька Любов, *студентка магістратури НАКККіМ*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Постановка проблеми та аналіз останніх статей і публікацій. Ще з 70х рр. дослідники тематики прийняття рішень та контролю передрікали небувалий ріст «ринку інформаційних послуг». Доступність інформації змінює образ життя людей, від школяра до керівника великого підприємства. Але й сьогодні теми інформаційної підтримки, прийняття управлінських рішень та оперативного управління до кінця не розглянуті і є актуальними в різних наукових колах. Ці питання в своїх працях розглядають такі науковці як О.М.Гребінчук, Н.А.Рогоза, Я.Чепуренко, О.С.Щербіна, Коновал Н.В., Гаркуша Н.М та інші передовики сьогодення. Однак, дослідження, пов'язані з інформаційною підтримкою прийняття рішень оперативного управління мають частковий характер і не розкривають у повному обсязі цю актуальну проблему.

Під оперативним управлінням розуміємо діяльність або процес, особи/керівника, здатної приймати швидкі і невідкладні управлінські рішення та заходи по ризиковій ситуації (що склалася, вийшла з-під контролю), в режимі «тут і зараз - на тепер - негайно» та подальший контроль

практичного його виконання, для усунення небажаних чинників та подальшої стабілізації виробничого процесу діяльності структури чи підприємства.

В умовах сучасного динамічного та швидкозмінного інформаційного суспільства досить актуальним є питання своєчасної інформаційної підтримки будь якої діяльності. Менеджери добре розуміють: чим більше інформації вони зберуть по будь якому питанню, тим більша ймовірність прийняття правильного рішення.

Система управління не може функціонувати без достовірної, оперативної, релевантної інформації та її своєчасного аналітичного опрацювання - інформаційної підтримки і відіграє важливу роль в процесі прийняття рішення. Але в сучасних умовах інформація змінюється дуже швидко. Актуальна ще вчора, сьогодні не матиме жодної цінності. Тому будь якій роботі з інформацією, в першу чергу, повинна бути властива оперативність [2].

Кожен щодня і щогодини, в роботі, суспільстві та вдома приймає різні рішення. Але нам природньо бути впевненими у наших рішеннях, є бажання щоб обране рішення привело до того результату, що був на меті, тому інтуїтивно чи свідомо завжди для цього використовуємо різні інформаційні джерела. Звичайно процеси прийняття рішень мають вагоме значення в оперативній управлінській діяльності.

Для більш наочного розуміння оперативних рішень, розглянемо яке місце в класифікації управлінських рішень вони посідають. Для цього використаємо таблицю, наведену нижче: [1]

З таблиці бачимо, що оперативні рішення характеризуються короткостроковістю. Вони носять регулюючу направленість і виникають у тих випадках, коли порушується хід виробничого процесу через будь-які непередбачені внутрішні або зовнішні обставини. Ситуація, в якій виникає необхідність прийняття оперативного рішення вимагає негайних енергійних дій менеджера. Це основна частина робочого часу менеджера.

Згідно із законами вихідних даних Г.Спенсера кожен може прийняти ефективне рішення володіючи достатньою інформацією. Компетентний менеджер здатний прийняти оптимальне рішення і в разі існування інформаційних обмежень. Але тільки талановитий менеджер здатний результативно діяти за повної відсутності необхідної інформації.

Отже, розглянувши деякі теоретичні поняття інформаційної підтримки прийняття рішень оперативного управління, розуміємо, що система управління не може функціонувати без достовірної, оперативної, релевантної інформації та її аналітичного опрацювання – інформаційної підтримки і відіграє важливу роль в прийнятті успішних рішень. Що оперативне управління як і оперативні рішення мають часову особливість – «на тепер-терміново-дієво», ситуативний характер і

вимагають негайних дій керівника. Дослідження даної теми в значній мірі залежить від вивчення та застосування у практичній діяльності досвіду інших країн. Це вимагає проведення подальших досліджень у цьому напрямку.

Література:

1. Гаркуша Н.М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: Навч. посіб. 2-ге вид., стер. Київ : Знання, 2012. 591 с. (Вища освіта XXI століття).

2. Чуприна Л. Оперативна інформація: до питання про визначення поняття // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Асоц. б-к України. – К., 2010. Вип. 26.– С.127–134.

3. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / [Ю. Є. Петруня, Б. В. Літовченко, Т. О. Пасічник та ін.] ; за ред. Ю. Є. Петруні. [3-тє вид., переробл. ідоп.]. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2015. 209 с.

Вислінська Світлана, *студентка магістратури НАКККіМ*

НОВІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ФОРМИ БІБЛІОТЕЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЮНАЦТВА

Сьогодні юнацтво – завтра майбутнє нашої держави. Підлітки та молодь – це той прошарок суспільства, в який необхідно інвестувати, закладати цінності, формувати вміння аналітичного та критичного мислення і орієнтування у нестримному потоці різноаспектної інформації.

Бібліотеки, реалізуючи виховну та просвітницьку функції, є на сьогодні не тільки освітніми, але і культурними інформаційними закладами. Сучасні бібліотеки – це місце (окрім традиційного розуміння) також і відпочинку, зустрічей, необмеженого доступу до інформації в мережі Інтернет, надання допомоги та консультацій. Тобто, трансформуючи авторське поняття американського соціолога Рея Ольденбурга, бібліотека має стати «третім місцем», місцем, куди хочеться йти і повертатись, або, як зараз часто говорять, «хабом».

Досягти цього можливо через модернізацію традиційного та впровадження якісно нових форм та методів обслуговування, надання корисних та затребуваних послуг.

У п. 4.7.2 ДСТУ 7448:2013 [1] бібліотечне обслуговування визначено як сукупність різних видів бібліотечної діяльності, спрямовану на задоволення інформаційних потреб користувачів інформації. Далі йдеться [у прим.], що у сфері бібліотечного обслуговування розрізняють традиційні інформаційні послуги та комплексні інформаційні послуги (книжкові виставки, круглі столи тощо). Слід зауважити про існування ще і так званих сервісних (або прибібліотечних) послуг, які є допоміжними при задоволенні інформаційних потреб користувачів.

На наш погляд бібліотечне обслуговування – це поняття комплексне і охоплює не тільки задоволення інформаційних запитів, але і організацію простору в бібліотеці, наприклад, та інших важливих моментів. Це і використання вказівників, просторових інсталяцій та інших айз-стоперів, наявність довідкового бюро (можливо, з додатковим використанням інтерактивних електронних дошок), можливість на рівні з традиційною і он-лайн реєстрації користувачів. Особливу увагу при організації роботи у бібліотеках для юнацтва та молоді слід приділити зонуванню простору – облаштування ігрових зон (playlabs), зон відпочинку, місць для розвитку творчих навичок – artlabs, фотозон, не говорячи вже про зони вільного доступу читачів до книжкових, періодичних видань, де додаткову зацікавленість користувачів становитиме нетрадиційне розміщення стелажів з документними ресурсами (напівколом, трикутником, ялинкою тощо).

Щодо безпосереднього обслуговування, то необхідним у сучасному техногенному середовищі є дотримання таких стандартів, як: штрих-кодування документів та матеріалів фонду, електронна книговидача, обслуговування віддалених користувачів через можливість електронного замовлення документів та електронної доставки документів, доступ до повнотекстових баз даних, створення та постійне наповнення електронних бібліотек і, звичайно ж, якісно нове наповнення веб-сайтів

бібліотек для юнацтва (матеріалами для формування активної громадянської позиції, інформаційної та правової культур, тестами та вікторинами (як аудіо, так і відео), інтерфейс сайту має бути полілінгвістичним тощо). У віддалених містечках та селах, де немає бібліотек, або якщо наявні бібліотечні пункти не є достатньо забезпечені, а також у великих містах, де люди за браком часу іноді не мають фізичної можливості відвідувати бібліотечні заклади, необхідним є обслуговування так званими «мобільними бібліотеками» (книжкобуси, бібліотрамваї тощо).

У бібліографічній діяльності, як одному з видів бібліотечного обслуговування, популярною послугою є надання віртуальних довідок. Перспективним напрямом також є вебліографія – відбір за тематикою чи напрямком ресурсів інтернету з подальшою їх систематизацією у вигляді вебліографічних списків чи покажчиків.

Популярною на сьогодні у бібліотечній сфері є медіатека, що розуміється і як структурний підрозділ бібліотеки, що має у своїх фондах та надає в користування матеріали на електронних носіях інформації, і як власне зібрання (сукупність) мультимедіа як особливого виду бібліотечного фонду.

Щодо комплексних інформаційних послуг слід зазначити, що одночасно із традиційними (при формуванні яких, до речі, теж доцільно враховувати аргументовані запити користувачів щодо змістового наповнення) користуються популярністю і віртуальні книжкові виставки – презентація видань в електронному вигляді, з коротким описом їх змісту, оцифрованими уривками з тексту, ілюстраціями, портретами, посиланнями на повні тексти книг, якщо такі є в мережі Інтернет, можуть бути надані відомості про наявність книг у інших бібліотеках чи книжкових магазинах. Задля залучення більшої кількості читачів використовується також і такий формат виставок як виїзні (неподалік від бібліотеки або в місцях скупчення чи відпочинку громадян).

При роботі з юнацтвом та молоддю важливо застосовувати такі форми роботи як рольові ігри, диспути, турніри знавців, ерудит-лото, тренінги, бібліотечні уроки, читацькі конференції, літературні брейн-ринги. Обов'язковим є проведення патріотичних, просвітницьких, екологічних заходів. Наприклад, Міська спеціалізована молодіжна бібліотека «Молода гвардія» у м. Києві активно використовує окрім зазначених вище такі форми роботи з читачем, як виставки-діалоги, літературні квести, biblio-parties, відеоанкетування користувачів.

Серед інших креативних форм проведення заходів у бібліотеці є технологія так званої «живої книги», за якої книгами є люди – запрошені гості, що розповідають історії зі свого життєвого досвіду на теми з гострих соціальних питань, питань історії, мистецтва, питань, що викликають суспільний резонанс або становлять неоднозначність, а також діляться історіями власного успіху тощо.

Новою та перспективною формою популяризації читання та, звісно, реклами бібліотечного закладу, є буктрейлери – короткі відеоролики, слайд-шоу з книжковими розворотами чи просто цитатами з книги та ілюстраціями, а також ролики-анімації (певного роду мультфільми) про зміст книги, ключові ідеї або жанр книги та можливі реакції читача. На сьогодні буктрейлери для розширення читацької аудиторії та збереження зацікавленості користувачів у можливостях книгозбірень використовують не тільки обласні бібліотеки України для юнацтва, але й міські – наприклад, уже згадувана МСМБ «Молода гвардія».

Ще однією послугою (яка виникла як соціальне явище у 2001 році у США) є буккросинг – обмін книгами для читання і подальшого обміну. Обмін книгами передбачає їх попередню реєстрацію на спеціальних сайтах (в Україні їх два) задля того, щоб відслідкувати рух книги.

У час майже необмеженої можливості доступу до мережі Інтернет у просторі, епоху глобальної інформатизації кожна сучасна бібліотека має використовувати інтерактивні форми спілкування з читачами – на сторінках бібліотек у соціальних мережах (Facebook, Instagram), надання інформації електронною поштою (наприклад, про нові надходження, анонс подій), ведення блогів (на навчальні теми, з викладом бібліотечних новин, літературні, творчі, краєзнавчі, змішаного наповнення), через форми зворотного зв'язку на власних сайтах.

Обов'язковим у роботі юнацьких бібліотек є надання таких додаткових послуг як: комп'ютерні курси, курси з вивчення іноземних мов, уроки мобільної грамотності, кабінети профорієнтації, навчання з користування наявними в бібліотеці електронними та аудіокнигами. З-поміж сервісних послуг у бібліотеках для юнацтва актуальними є не тільки репрографічне

відтворення документів (ксерокопіювання), роздрукування матеріалів, але й використання 3-d принтерів, сканерів, послуги з ламінування, брошурування. Вважаємо перспективним також впровадження мобільної технології QR-кодів.

При обслуговуванні в цілому слід звертати увагу і на потреби таких категорій користувачів, як люди із певними обмеженнями, безробітні, представники меншин, переміщені особи – шляхом надання релевантної, пертинентної інформації та послуг, які б допомагали якісно інтегруватися таким групам у соціальний простір, та відповідних умов обслуговування.

В сучасному інформаційному середовищі бібліотекар теж має змінюватися. Так, до прикладу, за кордоном дуже популярними є так звані «предметні бібліотекарі», тобто бібліографи, що спеціалізуються на конкретних напрямках та/або галузях знань і супроводжують користувача від розроблення пошукової стратегії до складання списків цитувань.

Підсумовуючи підкреслимо, що розвиток бібліотечного обслуговування має відбуватися за такими чотирма взаємопов'язаними напрямками: урізноманітнення видів бібліотечних послуг, забезпечення та/або покращення доступу до існуючих та нових ресурсів, поліпшення якості надання існуючих послуг та, звичайно, перегляд співпраці користувача й бібліотекаря – він має бути читачеорієнтованим, а також бути помічником та провідником у сучасному інформаційному середовищі.

Література:

1. Інформація та документація. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять : ДСТУ 7448:2013. Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. III, 41 с. (Національний стандарт України). Зі скасуванням в Україні ГОСТ 7.26–80. Текст укр., рос., англ., фр.

2. Про затвердження Комплексної міської цільової програми «Столична культура 2016-2018»: рішення Київської міської ради від 14 квітня 2016 року №323/323. URL: http://kmr.ligazakon.ua/SITE2/l_docki2.nsf/alldocWWW/E12351FFD6F3DBA8C2257FBE0068728F (дата звернення 12.11.2018).

3. Cowart, Caitlin. Digital wallpapers open doors, Caitlin Cowart, American Libraries. 2017, Vol. 48, no. 3/4, March/April, pp. 26-27.

4. PUBLIC LIBRARIES PREPARING CHILDREN AND YOUTH FOR THE FUTURE: brochure. Available at: http://www.eifl.net/system/files/resources/201505/brochure. children_and_youth_summaries_hires.pdf (accessed 11.11.2018).

Волощенко Іванна, *студентка магістратури НАКККіМ*

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

З розвитком інформаційних технологій інформація перетворюється на звичайний товар, причому такий, який стає наймасовішим об'єктом купівлі-продажу. Тому істотною особливістю розвитку ринкових відносин на сучасному етапі є формування інформаційного ринку. Інформаційний ринок за оборотом та темпами зростання у більшості розвинених країн світу значно випередив ринок матеріальних продуктів і послуг.

Розвиток інформаційного ринку відбувається в результаті впливу сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій на культуру, соціальну структуру, економіку, право, державу. Формування інформаційного ринку як самостійного середовища зумовлене наявністю специфічного товару – інформаційних ресурсів та послуг, які є результатом інтелектуальної діяльності. Такий процес зумовлений збільшенням використання в суспільному виробництві знань і прискореним оновленням інформаційних технологій.

Інформаційний ринок необхідно розглядати як систему економічних та організаційно-правових відносин щодо купівлі-продажу інформаційних продуктів та послуг, які є результатом інтелектуальної діяльності на комерційній основі.

Закон України «Про науково-технічну інформацію» так визначає інформаційний ринок: «Це система економічних, організаційних і правових відносин щодо продажу і купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг».

Інформаційний ринок – сфера товарного обміну, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з процесом купівлі-продажу, і має місце конкретна діяльність з організації руху інформаційних продуктів від виробників до споживачів.

Особливість інформаційного ринку полягає у тому, що він може існувати як абсолютно автономно, так і може бути органічно вплетений в інші ринки.

Державне регулювання інформаційного ринку являє собою цілеспрямований вплив органів державної влади для забезпечення розвитку інформаційної сфери суспільства, що охоплює сукупність виробництв і відносин, пов'язаних із створенням, збереженням, обробкою, демонстрацією, передаванням інформації у всіх її видах – ділової, розважальної, науково – освітньої тощо.

Саме захист конкуренції у даному випадку є функцією держави, що полягає у запобіганні та протидії проявам монополії, гарантуванні стабільності ринкової системи, стійкості фінансових систем, прозорості фондового ринку, оптимізації відкритості національної економіки, соціального клімату в країні, розширення значення суспільних благ (у сфері послуг, освіти, науки, охорони здоров'я, культури), створення правового поля у сфері підприємництва на основі розвитку інтелектуальної власності. Саме у цьому проявляється роль держави як виразника загальносуспільних інтересів щодо збереження ринкової системи.

Структура інформаційного ринку безпосередньо пов'язана з інформаційними потребами і відображає можливості інформаційних технологій різних років.

Як і звичайний ринок, інформаційний ринок характеризується наявністю попиту і пропозиції, певною номенклатурою продуктів й послуг та цінами, а також постачальниками і споживачами; специфікою даного ринку є те, що інформаційні ресурси, продукти та послуги можуть копіюватися в необмеженій кількості.

Виділення основних взаємодіючих складових інформаційного ринку, поділ його на сектори та сегменти може здійснюватися за різними ознаками: за формою надання інформації, за характером, сферою застосування, за ступенем зміни рівня знань за використання інформаційних продуктів і послуг тощо. Це залежить безпосередньо від мети такого поділу.

Література:

1. Закон України про науково-технічну інформацію. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3322-12
2. Ковальчук Трохим Тихонович Сучасний інформаційний ринок : концепт.-пізнав. контекст. Київ: Знання, 2011. 255 с. Бібліогр.: С. 230-248 та у підрядк. приміт. Покажч.: С. 249-255.
3. Чижова Н. Є. Розвиток інформаційного ринку в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. №13. С. 184–188.

Григораш Валерія, *студентка магістратури НАКККіМ*

СОЦІАЛЬНІ ПРОЕКТИ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК (НА ПРИКЛАДІ ЦЕНТРАЛІЗОВАНОЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ СИСТЕМИ ДЕСНЯНСЬКОГО РАЙОНУ)

Функціонування бібліотек в сьогоднішніх соціально-економічних умовах потребує від бібліотечних фахівців активного вивчення кращого досвіду зарубіжних і вітчизняних бібліотек та використання маркетингових аспектів в управлінні їх діяльністю. Сьогодні бібліотеки активно займаються програмно-проектною діяльністю.

Проект – це послідовність кроків ефективної реалізації задуманої ідеї в конкретні терміни із залученням оптимальних засобів і ресурсів. Основа сучасної проектної діяльності – "послугова" сервісна орієнтація, оскільки в результаті реалізації проекту виникають нові освітні, інформаційні,

культурні і соціальні послуги, нові пропозиції, нові можливості, нові послуги. Соціальні проекти можна охарактеризувати поняттями соціальної необхідності, корисності, привабливості.

Практична значущість проектів розкривається також в їхньому змісті. Виходячи із змістовних ознак, бібліотечні проекти можна поділити на інформаційні, соціальні, культурно-дозвільні. Сьогодні я розкажу вам про соціальні проекти на прикладі ЦБС Деснянського р-ну.

ЦРБ ім. П. А. Загребельного та Благодійний фонд «Рокада», який в рамках співпраці з Представництвом Управління Верховного комісара ООН у справах біженців виконує програму соціальної допомоги біженцям і шукачам притулку в м. Києві, з 2011 року ведуть роботу за спільним соціокультурним проектом «Пізнай, прийми та руку простягни…».

Для багатьох європейських країн, у тому числі і для України стає дедалі актуальнішою проблема біженців. Це пов'язано з існуванням у ряді держав «гарячих точок», воєнними діями, нестабільністю політичних режимів, голодом, природними катастрофами тощо. В нашій країні надання допомоги біженцям – є сьогодні темою важливої суспільної значимості.

Проект спрямований на проведення в бібліотеці спільних інтеграційних заходів для біженців та мешканців Деснянського району. В бібліотеці проводиться культурно-просвітницька робота:

- протягом року працює студія вивчення української мови «Українське слово»;
- надаються консультації юриста та психолога;
- відбуваються семінари-тренінги з гендерної тематики;
- проводяться різноманітні заходи: години інтерактивного спілкування, історичні години, інтернаціональні вечори дружби, мистецькі вечори, організовуються книжкові виставки, проводяться екскурсії музеями та визначними місцями міста;
- для дітей-біженців, які нажаль не мають своїх родин та проживають в притулках, працівники бібліотек та волонтери, в рамках фонду, проводять різні екскурсії містом, розважальні вечора, організовують свята;
- майстер-класи та ін.

В ЦРБ ім. П. Загребельного проводять семінари-тренінги, які проводять працівники Благодійного фонду «Рокада». Благодійна організація виконує програму соціальної допомоги біженцям та шукачам притулку в місті Києві.

Також в бібліотеках є різні клуби: «Білий ферзь» клуб любителів гри в шахи, створений інтелектуальний клуб «Пізнаймо світ через книгу та кінематограф» для корисного і цікавого проведення дозвілля. Створений клуб «Інтернет для кожного», в якому вас навчать працювати в пошукових системах Інтернету, досвідчені фахівці-волонтери проведуть заняття-тренінги для користувачів.

Програми клубів створені згідно з запитами слухачів Університету третього віку при територіальному центрі соціального обслуговування Деснянського району.

Проект «Життя як Божий дар». Реалізація цього проекту передбачає формування освіченої, творчої особистості юнаків і молоді, становлення їхнього фізичного і морального здоров'я, використовуючи інноваційні форми популяризації книги: проведення просвітницьких заходів, залучення до співпраці соціальних служб, громадських організацій, правоохоронних органів. Працівники бібліотеки надають перевагу заходам: відверті розмови з досвідченими фахівцями заняття у формі тренінгів, анкетування, тестування, бліц-опитування. Спільно з партнерами бібліотека організовує випуск та розповсюдження серед юнацтва та молодіжної аудиторії рекламно-інформаційних матеріалів (буклетів, проспектів, інформаційно-довідкових бюлетенів).

ЦБС Деснянського району разом з Київською міською спілкою ветеранів АТО Деснянського району опікуються дітьми учасників АТО.

В бібліотеці проводиться освітньо-культурна робота:

- протягом року працює студія вивчення іноземної мови;
- надаються консультації психолога;
- працівники бібліотеки проводять літературно-мистецькі заходи;
- влаштовують різні розважальні заходи (до Нового року, Дня Святого Миколая, Різдва), подарунки, смаколики та святкові майстер-класи.

Також ЦБС Деснянського району є волонтерською організацією, яка займається:

- гуманітарною допомогою у зону АТО (продукти, одяг, побутові речі першої необхідності);
- допомогою вимушеним переселенцям;
- допомогою найменш захищеним соціальним групам (дитбудинки, інтернати, притулки для людей похилого віку).

Література:

1. Централізована бібліотечна система Деснянського району [Веб-сайт]. Київ: ЦБС, 2018. URL: http://desnabib.kiev.ua/ (дата звернення 15.11.2018).

Дадашева Яна, *студентка магістратури НАКККіМ*

СУТНІСТЬ ТА ЦІЛІ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

Поняття захист інформації є невід'ємною складовою інформаційної безпеки. Існує кілька визначень захисту інформації, обумовлених деякої неузгодженістю окремих нормативно-правових актів. Для розуміння процесів, методів і засобів захисту скористаємося наступним визначенням: під захистом інформації у вузькому змісті будемо розуміти сукупність дій та заходів, спрямованих на забезпечення безпеки інформації у змісті конфіденційності, доступності й цілісності під час її збору, передачі, обробки й зберігання.

Безпека інформації – це властивість переданої, оброблюваної й збереженої інформації, що характеризує її ступінь захищеності від дестабілізуючого впливу зовнішнього середовища і внутрішніх загроз.

Під захистом інформації у більш широкому змісті, розуміється комплекс організаційних, правових і технічних заходів щодо запобігання загрозам безпеки інформації й мінімізації негативних наслідків їх реалізації.

Сутність захисту інформації полягає у виявленні, усуненні або нейтралізації джерел негативних впливів, причин і умов впливу на інформацію. Ці джерела становлять загрозу безпеки інформації. Мета й методи захисту інформації відображають її сутність.

Загалом, захист інформації – є комплекс заходів, проведених власником інформації, по огородженню своїх прав на володіння й розпорядження інформацією, створенню умов, що обмежують її поширення, що й виключають або істотне ускладнюють незаконний доступ до інформації з обмеженим доступом і її носіям.

У зв'язку з автоматизованою обробкою даних перед захистом інформації ставляться більш широкі завдання, ніж недопущення несанкціонованого доступу до неї. Це обумовлене рядом обставин, і в першу чергу тим, що в комп'ютерних системах може відбуватися не тільки витік інформації, але і її руйнування, викривлення, підробка, блокування й інші втручання в інформацію й інформаційні процеси.

Отже, захист інформації повинен передбачати також забезпечення безпеки засобів інформації, у яких накопичується, обробляється й зберігається інформація, що захищається.

Таким чином, захист інформації – це діяльність власника інформації або уповноважених їм осіб по:

- забезпеченню своїх прав на володіння, розпорядження й управління інформацією, що захищається;
- запобіганню витоку й втрати інформації;
- збереженню повноти, вірогідності, цілісності інформації, що захищається, її масивів і програм обробки;
- збереженню конфіденційності або таємності інформації, що захищається, відповідно до правил, установлених законодавчими і іншими нормативними актами.

Основними цілями захисту інформації є унеможливлення або мінімізації ризиків реалізації загроз безпеки особистості, суспільства, держави внаслідок:

- витоку, розкрадання, втрати, викривлення, модифікації, підробки інформації;

- несанкціонованих дій по знищенню, викривленню, копіюванню, блокуванню інформації у комп'ютерних системах;

- незаконного втручання в інформаційні ресурси й інформаційні системи;

- порушення правового режиму документованої інформації як об'єкта власності;

- порушення конституційних прав громадян на збереження особистої таємниці й конфіденційності персональних даних, наявних в інформаційних системах;

- витоку державної таємниці документованої інформації відповідно до законодавства;

- порушення прав суб'єктів інформаційних процесів при розробці, виробництві й застосуванні інформаційних систем, технологій і засобів їх забезпечення.

З аналізу загроз безпеки інформації, цілей і завдань її захисту випливає, що досягти необхідного рівня захищеності можна тільки за рахунок певних принципів захисту інформації до яких належіть комплексне використання існуючих методів і засобів захисту, безперервну реалізацію заходів із захисту інформації, необхідність та достатність комплексу засобів та заходів, адекватність витрат на захист вартості можливої шкоди внаслідок реалізації загроз.

Головним принципом убезпечення інформації є комплексний підхід до її захисту, що забезпечує ефективний захист за умов певних витрат на його реалізацію. Саме цей принцип має бути покладений в основу розробки як концепції захисту інформації, так і конкретних систем захисту.

Процес захисту інформації повинен здійснюватися безупинно на всіх етапах. Реалізація безперервного процесу захисту інформації можлива тільки на основі систем концептуального підходу й промислового виробництва засобів захисту, впровадження надійних механізмів захисту й забезпечення їх сталого функціонування й високої ефективності, провадження відповідних робіт тільки фахівцями високої кваліфікації в області захисту інформації.

Зелененька Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

АДВОКАЦІЯ ЯК ВАГОМОГИЙ КОМПОНЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ

Поняття «адвокація» означає діяльність, яка має на меті захист прав та просування інтересів громад або окремих груп населення [2]. Адвокаційна діяльність доволі поширена в сучасному суспільстві. Так, зокрема, свої інтереси мають намір відстояти «діти війни», «чорнобильці», шахтарі, представники малого бізнесу тощо. Окремим різновидом адвокаційної діяльності є адвокація бібліотек, яка виникла як метод просування ідеї збільшення фінансування книгозбірень. У наше сьогодення її прийнято розглядати в якості системних дій, спрямованих на захист інтересів бібліотек, бібліотекарів та користувачів. Відповідно, програма «Глобальні бібліотеки» вбачає в адвокації бібліотек дії, які здійснюють люди або організації для впливу на прийняття рішень на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівні стосовно вдосконалення політики або змін у фінансуванні публічних бібліотек.

Отже, адвокація є серією дій, практично застосовуваних з метою привернути увагу до певних питань, змінюючи стан процесів у суспільстві. Це спланована, ретельно розроблена і послідовна діяльність щодо підвищення обізнаності у певній важливій для бібліотек проблемі урядовців, потенційних партнерів, грантодавців, суспільства в цілому. Крім того, адвокація є зусиллями, спрямованими на отримання книгозбірнею підтримки та розуміння. Мета адвокації – більш справедливий стан речей; просування певного погляду, ідеї, точки зору, групи людей чи певної справи через трансформацію або впровадження певної публічної практики [3].

Основні види адвокації бібліотек за А.В. Лисицьким:

- бюджетна – залучення організацій громадянського суспільства у процес прийняття бюджетних рішень з метою зробити владу більш сприйнятливою до потреб людей а ухвалення рішень – більш прозорим;

- бюрократична – вплив на осіб, відповідальних за ухвалення рішень, експертами з певних питань;

- ідеологічна – спосіб боротьби групи людей за просування ідей у політичні кола, що відповідальні за прийняття рішень;

- адвокація інтересів різних груп – схожа з ідеологічною, але відрізняється спрямованістю;

- законодавча – вплив на державний чи місцевий законодавчий процес;

- масова – будь-який тип дій, що застосовується великою кількістю людей (петиції, демонстрації);

- медіа-адвокація – стратегічне використання масмедіа як ресурсу для досягнення мети [2, с. 152].

Структурні компоненти адвокації бібліотеки є такими:

- змістовний (ідеї, переконання, цінності, якими учасники процесу адвокації керуються у своїх діях);

- стратегічний і процесуальний (стратегія і тактика адвокації, технологія, менеджмент і контроль процесу);

- людський (взаємини учасників адвокації, їх мотивації, самовіддача);

- ресурсний (матеріальні, технічні, інформаційні, комунікаційні ресурси);

- інформаційно-освітній (інформація, аналітичні продукти, передача знань);

- тимчасовий – обмежувач дій із захисту суспільних інтересів [3].

Вагомість адвокації для бібліотек полягає у тому, що вона може допомогти підвищити значення бібліотеки, створити для неї надійне «місце за столом», де приймаються важливі фінансові або політичні рішення, досягти загальних цілей сталого розвитку бібліотеки. Користувачі зможуть більше дізнатися про бібліотечні послуги та значення бібліотеки.

Зазначимо, що питаннями бібліотечної адвокації опікуються члени Української бібліотечної асоціації. Теоретичні та практичні дослідження здійснюють вітчизняні бібліотекознавці В. В. Загуменна, С. І. Барабаш, В. С. Пашкова тощо. Також розроблено Програму Української бібліотечної асоціації (УБА) з адвокації «Через бібліотеки – до знань».

Слід окреслити методи та інструменти адвокації. Метод – це прийом або система прийомів, які застосовується в адвокації. Інструмент – це система методичних та технічних прийомів реалізації адвокаційної кампанії, яка втілена у відповідних операціях та процедурах і представлена у формі різноманітних документів. З-поміж основних методів впливу на цільові групи доцільно зазначити наступні:

- інформування через засоби масової інформації (прес-релізи, прес-конференції, участь в теле- і радіопрограмах, створення тематичних теле- і радіопрограм, власних рубрик у газетах, «прямі ефіри», інтерв'ю, написання та розміщення спеціалізованих публікацій, комплексний медіа-супровід важливих подій);

- лобіювання своїх інтересів в органах публічної влади – офіційні та неформальні контакти, спрямовані на ухвалення рішень на користь бібліотеки (пряме інформування посадовців (у будь-якій формі), особисті офіційні та робочі зустрічі, створення лобістських коаліцій, виступи на заходах органів державної влади та місцевого самоврядування, активна участь у будь-яких заходах цих органів, ініціювання громадських звернень, громадських зборів, громадських слухань, місцевих референдумів, масових акцій тощо;

- організація власних заходів (спеціальні події – зустрічі з громадськістю, виставки, презентації, конкурси, фестивалі, церемоніальні події (нагородження, пам'ятні вечори, урочистості з нагоди, оприлюднення результатів «публічних рейтингів», засідання «круглих столів», культурно-пізнавальні заходи церемонії відкриття нових об'єктів);

- загальне інформування всіх цільових аудиторій: виготовлення та поширення презентаційно-інформаційних матеріалів (представницькі буклети, річні звіти, бюлетені тощо); електронні та поштові розсилання за заздалегідь укладеними списками (так званий «директ-мейл»); виготовлення та поширення популяризаційних атрибутів (ручки з логотипами, календарі, плакати, наклейки, інші дрібнички, які мають на меті «нагадувати про присутність»); «позначення присутності» – обов'язкове відвідування заходів, що їх здійснюють інші організації (інституції), виступи, привітання тощо;

- Інтернет-діяльність – створення своїх веб-сайтів та порталів, використання електронної пошти, організація конференцій, залучення волонтерів та активних відвідувачів бібліотек, які, наприклад, вели б групу у соціальних мережах [6, с. 79].

Література:

1. Абрам'юк І. Врегулювання механізмів участі громадян в управлінні громадою. К.: «Легальний статус», 2011. – 63 с.
2. Барабаш С. І. Адвокація бібліотек: мета, структура, основні напрями діяльності // Вісник ХДАК. 2011. Вип. 34 . С. 150-156.
3. Довідник з адвокасі бібліотек [Електронний ресурс] : пер. з англ. / Амер. біб. асоціація // [сайт УБА]. URL: http://www.uba.org.ua/htdocs/modules/news/article.php?storyid=88.
4. Загуменна В. В. «Адвокасі без перешкод: про актуальну проблему сьогодення: потребу вільного та відкритого доступу до інформації // День. 2010. 12 серпня.
5. Загуменна В. В. Адвокація: представлення інтересів бібліотек: посіб. для тренерів за прогр. підвищ. кваліфікації / Укр. бібл. асоціація, Нац. Академія керівних кадрів культури і мистецтва, Центр безперервн. інформ.- бібл освіти, Голов. тренінг. центр для бібліотекарів; В.В. Загуменна. Київ : Самміт-книга, 2012. 60 с.
6. Купрій В., Паливода Л. Громадська експертиза та громадський моніторинг діяльності органів влади: навч. посібник / Творчий центр ТЦК. Київ: Макрос, 2011. 200 с.
7. Лисицкий А.В. Из состояния «как сейчас» в состояние «как должно быть» (Библиотечная адвокация) // Современная библиотека. 2010. № 3. С.10–17.

Ковальчук Наталія, *здобувач НАКККіМ*

ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Нині важливою рушійною силою в усіх галузях життєдіяльності людини, зокрема й культури, є інформаційні ресурси. Бібліотеки в соціокомунікативних процесах сучасності все більше заявляють про себе як суб'єкти комунікації. У зв'язку з цим активізувалася увага науковців до різноаспектних проблем щодо подальшого розвитку комунікаційної концепції бібліотек.

Під впливом політичних та економічних змін, що відбуваються в Україні, національні бібліотеки, орієнтовані на входження до світового інформаційного простору, перетворюються на потужну соціально-комунікативну систему відкритого типу, набуваючи ознак інформаційних інтелект-центрів.

Важливість розгляду сутності системи управління національної бібліотеки пов'язана з набуттям Україною членства у Світовій організації та завданням інтеграції до Європейського Союзу. Якісно нова роль національних бібліотек в умовах інформаційних комунікацій зумовлює необхідність внести кардинальні зміни в систему управлінської діяльності, зокрема організацію управлінського документування, задля ефективного розвитку цих установ і функціонування їх у єдиному інформаційно-комунікативному просторі. Водночас, це вимагає узгодження нормативно-методичного забезпечення національних бібліотек України з міжнародними та європейськими стандартами.

Однією з найпріоритетніших і випереджальних за темпами розвитку інших галузей інформатизації є управління. Тому процес документаційного забезпечення управління національних бібліотек перетворюється на систему, яка функціонує на основі комунікацій – обміну інформацією, знаннями тощо.

Нині активно розробляють теорію комунікації, проте недостатньо уваги приділено особливостям документально-інформаційних комунікацій в теоретичних і практичних аспектах.

З огляду на це плідною видається думка Г. Швецової-Водки про те, що в документі немає знань (емоцій, вольових дій), а є тільки інформація, яка є результатом комунікації, тобто тим, що одержує реципієнт, і поки він не одержить інформацію (не ознайомиться з документом), не можна сказати, що комунікація відбулася й що документ виконав своє призначення [3].

Науковці Ю. Палеха й Н. Мурейко зазначають, що в процесі документально-інформаційної комунікації відтворюється складний, діалектичний взаємозв'язок між поняттями *інформація* та *знання,* тобто між відомостями, які становлять зміст повідомлення, що потребує декодування та може перетворитися на знання, котрі являють собою сукупність навичок, необхідних для діяльності в будь-якій сфері [2].

Також слушним є визначення науковця І. Ломачинської, яка вказує, що документально-інформаційна комунікація – це «комунікація, опосередкована документами в соціумі, що побудована на їхньому обміні між двома або більше споживачами інформації. На цій основі процес документально-інформаційної комунікації становить процес руху інформації в ланцюзі комунікант – комунікат (канал) – реципієнт (одержувач)» [1].

Відмітимо, що якісне й оперативне задоволення комунікаційних потреб керівництва національних бібліотек зумовлює внесення організаційно-структурних змін у процес документаційного забезпечення системи управління. Тому для розв'язання цього складного завдання необхідно освоїти інноваційні технології, що сприятимуть вирішенню таких питань:

- використання отриманої інформації про зовнішнє середовище для ефективної координації управлінської діяльності НБ;
- збільшення часу для здійснення аналізу та прийняття управлінських рішень;
- забезпечення прямого і своєчасного доступу до управлінської документації НБ;
- формування ефективності внутрішньої взаємодії між структурними підрозділами по технологічних каналах (прийом повідомлень тощо);
- використання нових інформаційних технологій системного аналізу та проектування оперативного управління на середніх і нижніх ланках управління;
- створення й аналіз документа як об'єктивної інформації, що є основним результатом комунікаційно-орієнтованого процесу управлінського документування;
- забезпечення його оформлення відповідно до стандартів, за встановленою формою з необхідними реквізитами, або метаданими для електронних документів.

Таким чином, якість інформаційно-документаційного забезпечення діяльності національних бібліотек залежить від наявності інформаційних ресурсів, упорядкування інформаційних потоків, можливостей упровадження інновацій, розбудови системи керування документаційними процесами, від вирішення проблем його ефективної інформаційної взаємодії з суб'єктами ринку.

Література:

1. Ломачинська І.М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій : навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. Т.Г. Горбаченко. Київ : Університет «Україна», 2008. С. 250.
2. Палеха І. Ю., Мурейко Н. В. Роль документально-інформативних комунікацій у розвитку суспільства, Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2014. № 4. С.79–85.
3. Швецова-Водка Г.Н. Документ в свете ноокомунологии : научно-практическое пособ. Москва : Литера, 2010. С. 284.

***Колеснікова Ольга**, студентка магістратури КНУКіМ*

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Сьогодні серіали, кіно, медіа і віртуальний простір у цілому можна назвати невід'ємною частиною повсякденного життя кожної людини. Рекламу кожний з нас бачить щодня, і за день може побачити десятки бігбордів, почути оголошення на радіо, побачити банери в інтернеті, або відеоролики у соціальних мережах чи телебаченні. Частіше за все, людина навіть на замислюється, який підтекст у собі несе те чи інше рекламне повідомлення.

Питання впливу віртуального простору почало поставати дуже часто останнім часом, при чому не тільки у працях дослідників, але й багатьох журналістів та блогерів. Щодо науковців, то найбільш повно ця проблема висвітлена в працях А. Бандури, К. Андерсона, Д. Зільмана, Ж. Бодрійяра, Г. Рейнгольда, тощо. Серед українських вчених можна назвати: Г. Почепцова, Д. Іванова, Л. Скворцова, М. Козловець, Ю, Мєлкова. Питання гендеру, гендерної рівності

розглядали: М. Тучіо, Г. Феррант, Д. Куомо, М. Джекмен, М. Сентер, М. Кіммел та вітчизняні дослідники: В. Кравець, Т. Говорун, О. Плахотнік, Т. Марценюк, О. Кісь, Т. Бурейчак.

Поява та розвиток інформаційних технологій, специфічних засобів масової комунікації змінили світосприйняття людини, визначили формування нового типу простору – віртуального. Аналіз наукових джерел і публікацій говорить про те, що на сьогоднішній день співіснують різноманітні й досить суперечливі точки зору на природу та сутність сучасного віртуального простору. Концептуальні протиріччя у його розумінні, що створює ситуацію невизначеності, яка ускладнює вивчення й усвідомлення феномену.

Прийняття жорстких стереотипів про соціальні ролі жінок і чоловіків має наслідки для дитини, підлітка, а також у дорослому житті людини. Незважаючи на те, що відповідність ґендерній ролі може давати комфорт та впевненість у суспільстві, це також може заганяти професійний та інтелектуальний потенціал дитини в рамки, не даючи розвитку. Наприклад, гендерні стереотипи є основним джерелом гендерної диспропорції у таких галузях, як: наука, техніка, машинобудування та математика. До того ж, стереотипи, що нав'язують красу та сексуальність дівчатам призводить до фізичних та психологічних проблем, а ризикована поведінка та агресія – до неконтрольованої поведінки хлопців, що у майбутньому може призвести до насилля.

Медіа також нав'язують підліткам те, як вони мають себе вести в романтичних та сексуальних стосунках, і подібні поради занадто стереотипізовані. Наприклад, демонструючи романтичні фільми, дітей вчать, що справжнє кохання – з першого погляду, а стосунки мають бути ідеально романтичними. Щодо сексуальної поведінки, для хлопців є прийнятним дивитися на жінку як на сексуальних об'єкт і використовувати її без емоційної прив'язки, або будь-яких зобов'язань. У той же час, для жінок основною моделлю поведінки є покірливість, використання своєї зовнішності для привертання уваги чоловіків. У пріоритеті - емоційна прив'язка, і пасивна сексуальна поведінка. Подібні знання підлітки бачать і чують у телевізійних програмах, кіно, серіалах.

Нью-Йоркська кіноакадемія нещодавно випустила дослідження щодо гендерної нерівності у фільмах, аналізуючи більше 900 найуспішніших фільмів, випущених у період з 2007 по 2018 рік. Вони отримали наступні результати: 30.5% персонажів, що мають діалоги у фільмі – жінки; 25.9% жінок були вдягнуті у відвертий одяг, на противагу 5.7% чоловіків; 25.6% жінок були зображені оголеними, або частково оголеними, у чоловіків показник лише 9.2%. Лише 12% фільмів мають збалансований акторський склад, де кількість чоловіків та жінок приблизно однакова; у середньому на 1 акторку приходиться 2-3 актора. Дослідники Нью-Йоркської кіноакадемії також проаналізували нерівність у сценаріях тисячі фільмів за 2017 рік: чоловіки мали більше 37 000 діалогів, жінки – 15 000; чоловічих персонажів майже 4900, жіночих – 2000; чоловіків-сценаристів у 7 раз більше, ніж жінок-сценаристів. Подібна ситуація й у складі команди, яка працює за кулісами: на 1 жінку припадає 5 чоловіків. 89% режисерів – чоловіки, лише 11% жінки, у сценаристів аналогічне відсоткове співвідношення; випускаючих продюсерів чоловіків 81%, жінок – 19%; продюсерів чоловіків 75%, жінок – 25%; монтажерів 84% чоловіків і 16% жінок; операторів 96% чоловіків і лише 4% жінок.

Таким чином, можемо зазначити, що стереотипи мають тенденцію швидко засвоюватись, досить в ранньому віці і змінювати їх дуже складно. Гендерні стереотипи є найсильнішими і приймаються обома статями однаково. Поширенню та затвердженню стереотипів у масовій свідомості потужно сприяє сучасний віртуальний простір.

***Лозан Світлана**, завідувач відділу обслуговування літературою іноземними мовами, бібліотека Вінницького національного медичного університету ім. М. І. Пирогова*

СУЧАСНА УНІВЕРСИТЕТСЬКА БІБЛІОТЕКА – ЗАКЛАД КОМФОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ

На сучасному етапі розвитку суспільства є неприйнятними питання консерватизму чи традиціоналізму у будь-якій сфері діяльності людини. Найбільше це стосується тієї діяльності, що пов'язана з інформацією та вільним доступом до неї.

Сьогодні відомий вислів Уінстона Черчілля «Хто володіє інформацією, той володіє світом» – є актуальним, як ніколи. Дійсно, інформація у сучасному світі – є головним ресурсом, а всеохоплюючий розвиток інформаційних технологій дозоляє задовольнити різноманітні інформаційні потреби людства.

Інформація і знання є основними ресурсами, якими оперують бібліотеки. Поняття «бібліотека» дедалі більше відходить від традиційних понять книгозбірні чи книгосховища, що у минулому визначали основні напрямки їх роботи. Сучасні бібліотеки, особливо університетські, є інформаційними центрами навчальних закладів, тобто місцем, де інформацію отримують, акумулюють, опрацьовують, організовують її подальше зберігання та надають вільний доступ до неї всім бажаючим. За потреби, бібліотекарі також допомагають користувачам у пошуку та відборі необхідної інформації.

Головним завданням сучасної університетської бібліотеки є інформаційна підтримка інноваційної діяльності університету, процесу навчання та наукових досліджень користувачів шляхом створення відкритого, комфортного інтелектуального середовища з наданням широкого спектру традиційних та інноваційних бібліотечних послуг.

Для кращого задоволення інформаційних запитів користувачів бібліотеки, має здійснюватись постійний моніторинг їх інформаційної діяльності – тобто вивчення їх інформаційних потреб, ступеня їх задоволення та якості запропонованих ресурсів, сервісів і послуг. Дослідження та реалізація побажань і пропозицій користувачів дозволить максимально повно наблизити бібліотеку до користувача та скоординувати її роботу [1].

Задоволення інформаційних потреб користувачів залежить від багатьох чинників: від комплектування та організації бібліотечних фондів, від якості та оперативності надання бібліотечних послуг, а також, що є теж дуже важливим – від комфортності обслуговування користувачів.

Особливо це актуально, коли мова йде про бібліотечне обслуговування іноземних англомовних студентів, адже основною проблемою є не лише мова спілкування, а загалом організація роботи з ними.

При роботі з цією категорією користувачів, бібліотекарю перш за все, потрібно розвивати в собі вміння ставити себе на їх місце. Це є дуже важливою умовою роботи з ними. Для чого це потрібно? Для кращого розуміння їх потреб і проблем, з якими вони стикаються на шляху до знань у чужій країні. При роботі з іноземними громадянами дуже важливо створити атмосферу взаєморозуміння і підтримки. Коли читач відчуває уважне і доброзичливе ставлення до себе, він з радістю знову прийде до бібліотеки.

Іноді невпевненість в собі або недостатнє знання української мови спричиняють появу психологічного і мовного бар'єрів. Головним завданням бібліотекаря у цьому випадку є заохочення студента до спілкування і допомога йому у подоланні цих бар'єрів. Часто студенти стикаються з проблемами перекладу на або з української мови як приватного, так і професійного характеру. Допомога їм у подоланні таких, на наш погляд, незначних труднощів не займе у бібліотекаря багато часу, але значно покращить взаєморозуміння у роботі з ними.

Слід пам'ятати, що іноземні студенти – це люди з різними культурними, етнічними, релігійними і національними корінням, в яких бібліотекарю потрібно бути обізнаним, щоб не створювати вразливих ситуацій [2].

Для успішної роботи бібліотеки, дедалі більшого значення набувають такі чинники, як професіоналізм бібліотекаря, його компетентність, прагнення і здатність до отримання знань упродовж життя, постійного підвищення рівня культури. Бібліотекар має вивчати досвід і при можливості запроваджувати як вітчизняні, так і закордонні методи обслуговування користувачів у своїй роботі.

Хоча основною функцією бібліотеки було і залишається інформаційне забезпечення навчальної та наукової діяльності користувачів, сучасні бібліотеки є не лише зручним місцем для отримання і опрацювання інформації, а дедалі більше виступають як центр спілкування і співпраці молоді.

Молодь часто захоплюється різними видами спорту, мистецтвом, співом, танцями чи інтелектуальними іграми, наприклад, шахами. Проявити свої творчі здібності і таланти в літературі та мистецтві може допомагати бібліотека, запрошуючи всіх бажаючих відвідувати заняття різноманітних гуртків та приймати участь у просвітницьких заходах.

Якщо бібліотекарі будуть уважні до інформаційних, інтелектуальних та культурно-дозвіллєвих потреб користувачів і будуть всіляко сприяти їх роботі та творчому відпочинку, приміщення бібліотеки ніколи не залишиться без вдячних відвідувачів, що, по суті і є головною метою діяльності будь-якої бібліотеки.

Література:

1. Кравчук Н. М. Нові форми і методи інформаційно-бібліотечного обслуговування користувачів у бібліотеці університету // Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 10-11 вересня 2015 р. Львів, 2015 р.
2. Особливості навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах України / Дудченко М. О., Артеменко А. Ф., Шевченко Л. Ю., Васильєва К. В., Свиридюк В. Б., ВДНЗ України «Українська медична стоматологічна академія», м. Полтава // Світ медицини та біології. 2013 р. № 3.

Людва Наталія, *студентка магістратури НАКККіМ*

НОВИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ БІБЛІОГРАФІЇ

Інформаційний простір України на сучасному етапі є комплексною багатокомпонентною сукупністю інформаційних ресурсів, технологій, інформаційних зв'язків, інфраструктур, середовищем науково-інформаційних комунікацій. Стрімкий, лавиноподібний розвиток інформаційних технологій вимагає нових підходів і принципових змін у створенні національних бібліографічних ресурсів, які сприяють збереженню і передачі наступним поколінням національної культурної спадщини, визнанню держави на міжнародному рівні.

Поняття національна бібліографія охоплює: бібліографію видань, що вийшли на території проживання певного народу (держави); бібліографію видань, що вийшли певною мовою (мовами), незалежно від територіально-державних кордонів; бібліографію, що має предметно-етнічні ознаки, а також бібліографію видань про країну, які вийшли за кордоном, зарубіжні видання національних авторів чи видання вихідців із даної країни [1, с. 258]. Бібліографію, що базується на державно-територіальному принципі обліку, часто називають державною, центрами якої є спеціальні установи: книжкові палати, бібліографічні інститути чи спеціальні підрозділи національних бібліотек. Облік усіх документів здійснюється державою на підставі системи обов'язкового примірника [5, с. 136–137].

Загальний національний бібліографічний репертуар формується, переважно, як сукупність бібліографічних посібників документів окремих видів і хронологічних періодів, які відображають історію та розвиток суспільного життя, закладають основу для інших видів бібліографії, забезпечують бібліографічний пошук, задоволення інформаційних потреб користувачів. Традиційно ці посібники видавались в друкованій формі, але все частіше бібліографічні ресурси існують у вигляді баз даних, на основі яких створюються як друковані, так і електронні бібліографічні продукти і які можуть забезпечити кінцевим користувачам прямий доступ через Інтернет. Незважаючи на зміни, що стосуються форми національної бібліографії, мета її створення залишається незмінною. В першу чергу це вичерпний облік національної друкованої продукції. Поява нових форм і нових засобів поширення інформації змінило також рамки поняття «національна друкована продукція» [4, с. 35].

Згідно з рекомендаціями IFLA національна бібліографія повинна включати всі види публікацій, але не обов'язково всі публікації. Вичерпне відображення публікацій не повинно бути абсолютною метою національних бібліографічних агенцій [4, с. 14]. Кожна країна самостійно визначає види та критерії відбору електронних ресурсів, які стають об'єктами національного бібліографічного обліку: електронні книги, електронні періодичні видання, веб-сайти. Проте традиційна практика каталогізації, заснована на безпосередньому аналізі ресурсів висококваліфікованими фахівцями, не може бути вичерпною в масштабах Інтернет. Поширення цифрових форматів і нових засобів комунікації обумовлює і виникнення нових проблем в галузі організації та подання інформації, а також забезпечення доступу до неї.

Сьогодні створення системи електронних бібліографічних посібників, електронних бібліографічних баз та банків даних є одними із першочергових завдань створення національного бібліографічного репертуару та представлення України в світовому інформаційному просторі. Так, Книжкова палата України надає доступ в онлайн-середовищі до баз даних державної бібліографії переважно з 2004 р., провідні бібліотеки забезпечують онлайн-доступ до національних ретроспективних та галузевих електронних бібліографічних ресурсів [2, с. 50].

Книжкова палати України, національні та інші провідні бібліотеки України вирішують також завдання бібліографічного обліку мережевих інформаційних ресурсів, формування загальнонаціональних цифрових колекцій української документальної спадщини, але ця діяльність потребує подальшої координації з державними та приватними видавництвами, інформаційними агенціями, науковими установами, вирішення ряду теоретико-методологічних питань та відповідності європейським і міжнародним стандартам а також наявності відповідної державної політики та кваліфікованих кадрів.

Література:

1. Голобуцький П. В. Бібліографія національна // Енциклопедія історії України: Т. 1: А–В / НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2003. С. 258.

2. Добко Т., Шкаріна В. Національна бібліографія України: здобутки, проблеми, перспективи // Бібліотеч. вісн. 2017. № 6. С. 50–52.

3. Загуменная В. В. Национальная библиография Украины: минувшее десятилетие (1994–2004 гг.) Науч. и техн. б-ки. 2006. № 3. С. 26–30.

4. Швецова-Водка Г. М. Вступ до бібліографознавства : навч. посіб. Київ : Кондор, 2011. 231 с.

Маркова-Пипко Неллі, *студентка магістратури НАКККіМ*

СОЦІОКОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ПРОГРЕСУ ТА ЯКІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ БІБЛІОТЕК

Прогрес – рух уперед, розвиток – якісні характеристики соціального процесу, які виходять з того, що внаслідок розвитку (змін, інновацій, мутацій) соціальний суб'єкт може переходити від нижчих форм свого існування до вищих, більш досконалих [1]. Тож, прогрес спонукальне визначення, що зумовлює рух вперед і є невід'ємною частиною буття людини.

В XXI столітті людство підкорює інші планети, роботизація захопила не тільки виробничі процеси, а й увійшла в побут людини. На сьогоднішній день інтернет є одним з основних засобів спілкування та передавання інформації. Всі ці та багато інших явищ в світі – наслідок прогресу.

Бібліотеки, витоки яких сягають VII століття до н.е., як невід'ємна частина соціуму, теж зазнають прогресивних змін. Традиційних методів збирання, зберігання та розповсюдження інформації не достатньо нинішньому читачу. Сучасна бібліотека повинна відповідати сучасним вимогам – це інформація на різних носіях, комунікаційна, соціокультурна діяльність тощо.

Здатність прагнути до якісних змін та змінюватись фактично – ось запорука успіху для бібліотек. Особливо це стосується університетських книгозбірень. Адже прогрес не можливий без науки, науковців, що спілкуються, обмінюються інформацією про дослідження та впроваджують свої відкриття в життя.

Одним з наслідків прогресу є сучасні соціокомунікативні процеси. За визначенням професора В.В. Різуна «під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження» [2].

Сучасна бібліотека закладів вищої освіти (ЗВО) – є соціокомунікативним центром. За допомогою інтерактивної комунікації бібліотека організовує взаємодії між людьми, що спілкуються в окремій галузі науки. Таких інтерактивних комунікацій є декілька:

- викладач-студент;

- науковець університету – світові науковці;
- студент-науковець
- читач-бібліотекар

Для забезпечення даних комунікативних моделей бібліотека повинна бути сучасною та прогресивною. На жаль, в Україні процес осучаснення університетських книгозбірень йде досить повільно. Є декілька чинників, що спричиняють уповільнення розвитку прогресу в бібліотеках вишу: законодавство, відсутність фінансування, не ефективний бібліотечний менеджмент.

Не зважаючи на досить серйозні перепони на шляху до розвитку сучасних соціокомунікативних процесів, університетські бібліотеки в Україні намагаються бути корисними нинішньому вимогливому користувачу. Завдяки успішному менеджменту в бібліотеках є не тільки інтернет, а й власні бібліотечні електронні ресурси, бібліотечні програми, що оприлюднюють фонд бібліотеки у вигляді електронного каталогу, бібліотечні сайти. Бібліотеки створюють власні спеціалізовані бази даних та користуються (передплачують) існуючі міжнародні. Бібліотеки вишів займаються науковою діяльністю. Таким чином, університетські бібліотеки мають змогу надавати послуги інтерактивних комунікацій через свої ресурси.

Отже, соціокомунікативні процеси активно розвиваються в бібліотеках ЗВО. У наукових, іміджевих книгозбірнях більш стрімко, в невеликих бібліотеках повільніше. Але важливо, що сучасні соціокомунікативні процеси, як наслідок прогресу, є невід'ємною частиною якісної роботи університетських бібліотек.

Література:

1. Філософський енциклопедичний словник: укладач В.І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. С. 291, 524.
2. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова] Київ: Інститут журналістики, 2013. С. 8-25
3. Берегова О.М. Комунікація в соціокультурному просторі України: технологія чи творчість. Київ: НМАУ ім. П.І. Чайковського, 2006. С. 388.
4. Гутброд Г. Успішна комунікація в бізнесі та освіті: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київ. Ун-т», 2006. С. 207.

Мельник Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОРГАНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ФОНДІВ: ОГЛЯД ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Організація фонду – це один із головних бібліотечних циклів, який здійснюється згідно з установленими правилами та складається з низки менших за обсягом процедур, процесів та операцій. Зрозуміло, що облік документів, які надійшли до бібліотеки або з неї вибули є важливою складовою частиною організації бібліотечного фонду [1, 2]. Мета обліку бібліотечного фонду полягає у встановленні кількості документів у підрозділах та по бібліотеці в цілому. Облік бібліотечного фонду показує порядок надходження документів та їхнє вибуття, забезпечує контроль за зберіганням, наявністю та рухом документів, сприяє оптимальному формуванню і використанню бібліотечного фонду. Систему обліку документів бібліотечного фонду становить організаційно впорядкована сукупність форм, видів і методів обліку документів, диференційованих відповідно до їх призначення.

Організація фондів є сукупністю процесів приймання, обліку, технічного опрацювання, розміщення та зберігання документів. «До термінологічних новацій привела трансформація, котра відбулася в теорії і практиці роботи з фондами. Так, у професійній літературі терміносполучення «розвиток фондів» змінюється на термін «управління фондами» [3].

Особливість обліку полягає в реєстрації кожного документа окремо і підрахунку загальної їх кількості. Книги та інші документи, які надходять до бібліотек, мають бути взяті на облік, як це

регламентує «Інструкція з обліку документів, що знаходяться в бібліотечних фондах» [4], а отже належним чином оцінені. На відміну від більшості країн Західної Європи, де ціни на книжкові видання є стабільними, в Україні існує система вільних цін.

Бібліотечні фонди – це важливі та цінні джерела для інформаційного забезпечення користувачів. Тому дуже необхідна цілеспрямована поступальна робота з їх збереження. Саме тому у ході нашого дослідження передбачається сформулювати науково-обґрунтовані рекомендації, які сприятимуть розробці ефективних заходів із цільового збереження різних видів фондів.

При формулюванні рекомендацій враховується той факт, що процес зберігання відбувається за такими напрямками:

1)вірна організація фонду;

2) створення оптимальних умов для зберігання;

3) дотримання правил обліку;

4) контроль за наявністю та переміщенням документів;

5) здійснення контролю за вірною розстановкою та розміщенням фонду.

Величезна кількість факторів впливає на політику комплектування фондів. Серед них можна виокремити: інфляцію, скорочення державних асигнувань, Закон України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти». У галузі документопостачання бібліотечних фондів законодавча база має надавати надійні державні гарантії, щоб вивести з кризи національне книговидання [6]. Законодавчі документи, разом з тим, носять декларативний характер.

Розвиток інформаційних технологій надав сприятливі умови для переводу інформації у цифрову форму, створення нових видів документів, забезпечення нових форм зберігання та передачі інформації, що і є головним обов'язком кожної бібліотеки. Поява значної кількості електронних документів ускладнює завдання із збирання, обліку, надання доступу та зберігання бібліотечно-інформаційних ресурсів.

Шляхом формування повнотекстового депозитарію публікацій співробітників можна частково вирішити дану проблему. Мета створення повнотекстового депозитарію полягає у вдосконаленні, підвищенні ефективності та оперативності обслуговування читачів, розширенні засобів збереження документів, запобіганні зносу фізичних примірників, розширенні доступу до інформаційних джерел.

Таким чином, слід підкреслити, що організація фондів бібліотеки – напрям її роботи, який потребує постійної уваги та удосконалення. У бібліотеках для цього використовуються різні методи, засоби та напрацювання, запозичення яких сприятиме підвищенню ефективності її діяльності.

Література:

1. Васильченко М. П. Бібліотечні фонди навч. посіб. Харків: Основа, 1993. 152 с.
2. Васильченко М. М. Принципи формування фондів бібліотек, що обслуговують підростаюче покоління // Бібл. форум України. 2009. № 2. С. 17–25.
3. Соляник А. Термінологічний аспект проблем документопостачання бібліотечних фондів // Вісн. Кн. палати. 2006. № 6. С. 30–33.
4. Інструкція з обліку документів, що знаходяться в бібліотечних фондах // Бібл. планета. 2007. № 3. С. 41– 42.
5. Васильченко М. Дефініція «бібліотечний фонд» // Бібл. форум України. 2014. №3. С. 2-4.
6. Столяров Ю. Н. Системные функции библиотечного фонда // Науч. итехн. б-ки. 2014. №12. С. 29-38.

Мельник Оксана, *провідний документознавець,*
Міністерство фінансів України

ДО ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ

Однією із форм створення, накопичення й обміну інформацією є Система електронного документообігу. Як зазначено в Законі України «Про електронні документи та електронний

документообіг» від 22 травня 2003 року №851-VI, електронний документообіг (обіг електронних документів) – сукупність процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та у разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів [1].

Головною метою Системи електронного документообігу є створення ефективного середовища управління й функціонування підприємства, установи, організації. Основна форма провадження діловодства в державних органах виконавчої влади є електронна.

Документування управлінської інформації в установах здійснюється в електронній формі із застосуванням електронного цифрового підпису, електронної печатки та електронної позначки часу, крім випадків наявності обґрунтованих підстав для документування управлінської інформації у паперовій формі, якими визнаються:

- документи, що містять інформацію з обмеженим доступом, вимога щодо захисту якої встановлена законом;
- електронні документи, що не можуть бути застосовані як оригінал згідно з вимогами закону;
- документи, вимога щодо опрацювання яких у паперовій формі встановлена актами Кабінету Міністрів України [5].

Основні організаційно-правові засади електронного документообігу й використання електронних документів регламентує Закон № 851, правовий статус ЕЦП Закон України Про електронний цифровий підпис» від 22 травня 2003 року № 852-IV, а також низка підзаконних нормативно-правових актів, прийнятих на їхнє виконання [3].

Одним із найновіших підзаконних нормативно-правових актів є Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання документування управлінської діяльності» від 17.01.2018 р. № 55 [5].

Цією Постановою КМУ затверджено нову Типову інструкцію з документування управлінської інформації в електронній формі та організації роботи з електронними документами в діловодстві, електронного міжвідомчого обміну [5].

Вона визначає:

- порядок проходження електронного документа з моменту його створення, відправлення або одержання до моменту передавання до архіву установи;
- засади організації документування управлінської інформації в електронній формі для установ, які тимчасово створюють документи у паперовій формі;
- загальні засади функціонування та використання системи електронної взаємодії органів виконавчої влади;
- оперативний інформаційний обмін з використанням службової електронної пошти [2].

Дана інструкція поширюється на всі електронні документи, що створюються, відправляються або одержуються Секретаріатом КМУ, центральними органами виконавчої влади, їх територіальними органами, Радою міністрів АР Крим, місцевими органами виконавчої влади, підприємствами, установами, організаціями, що належать до сфери управління центральних або місцевих органів виконавчої влади, Ради міністрів АР Крим [2].

Метою вищезазначених актів є надання електронним документам юридичної сили, такої ж, яку мають документи з паперовим носієм. Ці акти установлюють порядок та організацію електронного документообігу; установлюють організаційно-правові засади використання електронних документів; визначають правовий статус ЕЦП; регулюють відносини, що виникають підчас використання ЕЦП.

Електронний цифровий підпис (ЕЦП) – вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача. Електронний цифровий підпис накладається за допомогою особистого ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа [4].

Останнім часом постало питання підвищення ефективності документообігу, адже постійне збільшення кількості інформації, потрібної для прийняття управлінських рішень, призводить до

того, що традиційні методи роботи з документами стають дедалі нерентабельнішими. На даний час більшість державних установ переходить на систему електронного документообігу [3].

Поняття «електронне урядування» на сьогодні вже не є цілком невідомим і новим, як це було кілька років тому. Пов'язуючи його з доступом до публічної інформації, можна сказати, що воно є ефективним засобом забезпечення інформування та доступу до інформації фізичними та юридичними особами, а отже, сприяє прозорості та ефективності діяльності влади.

Електронний документообіг насамперед пов'язаний з побудовою єдиного інформаційного середовища підприємства. Тому система має бути впроваджена на всіх робочих місцях, пов'язаних зі створенням, редагуванням і зберіганням інформації, в іншому разі ефективність від її використання буде мінімальною. У цьому контексті єдність означає як можливість оперативної роботи в системі всіх працівників, так і єдину базу документів [3].

Впровадження системи дозволяє економити кошти, призначені для купівлі копіювально-розмножувальної техніки и витратних матеріалів до неї, и ремонту, оплати служб поштової та кур'єрської доставок.

Ще одним позитивним ефектом від переходу на електронний документообіг є економія робочого часу працівників, адже за паперового документообігу вони б витрачали більше часу на ручну обробку даних і виконання обслуговуючих функцій (підготовка й узгодження документів, передача, реєстрація, копіювання, пошук документів тощо).

Найголовнішими аргументами на користь електронного документообігу є:

- створення єдиного інформаційного простору в масштабах установи й реалізація всіх процесів саме в системі (забезпечує ефективний документообіг у разі віддаленого доступу структурних підрозділів, філій, дочірніх підприємств тощо);
- прискорення та прозорість проходження документів і надання послуг (забезпечує доступність інформації своєчасне й оперативне прийняття рішень відстеження документа на всіх етапах його життєвого циклу);
- розмежування повноважень, доступу до документів і дій над ними (аудит доступу користувачів до документів);
- можливість спільної роботи в межах єдиної інфраструктури (опрацювання документів одночасно кількома працівниками);
- підвищення швидкості пошуку документів на підприємстві (здійснення пошуку в базі документів за різними атрибутами);
- запобігання втраті важливої інформації через недбалість персоналу (збереження документа забезпечується завдяки реєстрації в системі та створенню його електронної копії).
- підвищення рівня інформаційної безпеки за рахунок механізмів ЕЦП (шифрування даних дозволяє запобігти спробам несанкціонованого доступу до інформації):
- забезпечення всіх документаційних процесів з одночасним застосовуванням електронних і паперових версій документів;
- підтримка змішаного документообігу (підготовка документів з паперовим носієм і звітів за шаблонами, облік місця зберігання оригіналів документів) [3].

До недоліків електронного документообігу належать досить високі витрати на провадження Системи електронного документообігу, придбання програм та самої системи, та їх подальше обслуговування.

Ще одним недоліком є можливість втрати інформації чи її витоку (на жаль, усунути загрозу втрати інформації повністю неможливо, але в будь-якому разі вона буде не нижча ніж у традиційному документообігу) [3].

Інформаційна безпека не зводиться лише до захисту документів і розмежування доступу до них. Потребують вирішення й питання захисту:

- апаратних засобів системи;
- персональних комп'ютерів, принтерів та інших пристроїв;
- мережевого середовища, в якому функціонує система;
- каналів передачі даних і мережевого устаткування.

Під час запровадження електронного документообігу на підприємстві вагомою проблемою є необхідність навчання й перепідготовки працівників для роботи з відповідним програмним й апаратним забезпеченням. Навчання має здійснюватися на постійній основі та на всіх етапах упровадження, а це вимагає додаткових витрат і накладає деякі обмеження на добір персоналу.

Отже в електронного документообігу переваг не тільки більше – вони ще й створюють значні можливості для організаційного розвитку та підвищення ефективності робочого процесу на підприємстві. Електронний документообіг ефективніший за паперовий через те, що він легше піддається оптимізації. Витрати введення Систем електронного документообігу окупаються не лише завдяки підвищенню швидкості обміну інформацією та скороченню витрат на зберіганні паперів, а й зменшенню кількості працівників.

Література:

1. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22 травня 2003 року №851-VI. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15
2. Електронний документообіг та нова Типова інструкція з діловодства в держустановах. URL: http://www.interbuh.com.ua/ua/documents/onenews/116515
3. Переваги та недоліки електронного документообігу. URL: https://tsdea.archives.gov.ua/wp-content/uploads/pages/20102014.pdf
4. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22 травня 2003 року №852-IV . URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/852-15
5. Постанова Кабінету Міністрів України № 55 від 17 січня 2018 року «Деякі питання документування управлінської діяльності» .URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF

Оспа Наталя, *студентка магістратури НАКККіМ*

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК БІБЛІОТЕЧНОЇ СПРАВИ

Бібліотечна справа – складова частина інформаційної, виховної, культурно-освітньої діяльності, що включає комплекс державних, громадських, наукових та практичних заходів, які забезпечують організацію діяльності бібліотек, їх науково-дослідну і методичну роботу, а також підготовку бібліотечних фахівців[1].

Стратегічним завданням бібліотечної справи є створення і підтримка функціонування ефективної державної бібліотечної системи, яка б охоплювала всі верстви населення і регіони і була надійною складовою інформаційної системи держави.

Завдання бібліотечної справи полягають у:

- формуванні і опрацюванні бібліотечних ресурсів бібліотек різних видів;
- організації бібліотечного, інформаційного і довідково-бібліографічного обслуговування користувачів мережі бібліотек;
- підготовка бібліотечних кадрів ;
- науково-методичне забезпечення діяльності бібліотек.

Об’єктом бібліотечної справи як галузі суспільної діяльності є бібліотека як культурно-інформаційний заклад[2].

Бібліотека – це бібліотечно-бібліографічний, культурно-просвітницький і науково-допоміжний соціальний інститут, що забезпечує акумуляцію і загальнодоступність документально-інформаційних ресурсів (книг, документів та інших носіїв інформації) , які містять і зберігають знання, набуті в процесі розвитку людства, сприяють піднесенню інтелектуального та культурного потенціалу суспільства[1].

Призначення бібліотеки полягає у забезпеченні інформаційних потреб користувачів всіма формами і методами бібліотечної роботи.

Суб’єктам бібліотечної справи є користувачі бібліотек і бібліотечний персонал[2].

Історія бібліотечної справи – це невід’ємна частина історії культури. Як і всі культурні заклади, бібліотеки виникали, існували і діяли у конкретному історичному середовищі, були

підпорядковані його ідеалам і цілям. Соціальна обумовленість діяльності бібліотек – незаперечна засада їх існування у всі часи і епохи.

Історія бібліотек – це особлива частина історії, обумовлена особливою роллю бібліотек у суспільстві. Бібліотеки виникають тоді, коли в суспільстві виникає потреба в організації збереження і використання книг як матеріалізованої пам'яті людства, як скарбниці людського розуму і знань. Ставлення до бібліотек можна вважати мірилом духовності суспільства[3].

Історія бібліотечної справи і практика діяльності бібліотек полягає у тому, що бібліотека в розвитку суспільства і в той час вплив суспільства до розвитку бібліотек пов'язаний з функціями, які виконувала бібліотека на кожному конкретному етапі свого існування.

Вивчення розвитку бібліотечної справи одна із найважливіших розділів історії культури народу, оскільки без знань історії бібліотек неможливо осмислити зміни, які притаманні бібліотечній справі[4].

В історії бібліотечної справи, багато де чого замовчувалося або тлумачилося лише з ідеологічних позицій. Більшість явищ і подій абсолютно було втрачено, критичний аналіз бібліотечної справи виключався, як ідеологічне рецензування призвело до деформації основних положень бібліотекознавчих публікацій, не об'єктивно висвітлювалась діяльність багатьох бібліотекознавців та бібліографів країни.

Сучасні сприятливі умови дозволяють відновити історичну правду, по-новому розглянути окремі події та факти, дати оцінку внеску у бібліотечну справу багатьох фахівців, чиї імена довгий час перебували у забутті.

Питання розвитку бібліотечної справи розглядалися в матеріалах науково-практичних конференцій, збірниках наукових праць тощо. В них поряд із загальними проблемами розвитку бібліотечної справи, висвітлюються актуальні питання діяльності окремих бібліотек, вивчення інтересів читачів і можливості їх задоволення, процеси вдосконалення бібліотечного обслуговування населення, нормування та використання бібліотечних фондів[5].

Література:

1. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України від 27.01.95 № 33/95-ВР(ред. від 01.01.2017 №1801-VIII)

2. Тарасенко Р.В. Інформаційне право: Навчально-методичний посібник / МВС України, Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е.О. Дідоренка. – Луганськ: РВВ ЛДУВС ім. Е.О. Дідоренка, 2010. 512 с.

3. Історія бібліотечної справи [Електронний ресурс] / Бібліотеки Рівненщини: Історія і сучасність. – Електрон. дані. URL: http://lecture.in.ua/istoriya-bibliotechnoyi-spravi.html

4. Розвиток бібліотечної справи в Білорусі [Електронний ресурс] / Історія розвитку науково-технічних бібліотек. URL: http://bukvar.su/ostalnye-referaty/106487-Razvitie-bibliotechnogo-dela-v-Belarusii.html

5. Діяльність масової бібліотеки - історія, сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / Діловодство, документознавство, бібліотечна справа, архівознавство. URL: http://allreferat.com.ua/uk/Dilovodstvo_dokymentoznavstvo_bibliotechna_sprava_arhivoznavstvo/diplomnaya/1744

Паламоровський Руслан, *студент магістратури НАКККіМ*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОМПЛЕКТУВАННЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ФОНДІВ

Загалом формування бібліотечного фонду є сукупністю процесів комплектування, організації та вилучення творів друку та інших документів. Це один із головних бібліотечних циклів, який здійснюється відповідно до встановлених правил та водночас складається з ряду менших згідно з обсягом процесів, процедур та операцій. Потреба у кваліфікованому виконанні кожного процесу головним чином формує зміст формування бібліотечного фонду. Ця потреба підкреслена в Положенні про бібліотечну справу, де зазначено, що бібліотечні працівники зобов'язані дотримуватися регламентованих правил обліку, зберігання та використання фондів бібліотек, а також несуть повну відповідальність за порушення зазначених правил. У цілому процеси

комплектування, організації та вилучення документів покликані забезпечувати виконання такої основної цілі формування фонду, як досягнення відповідності величини і складу бібліотечного фонду завданням бібліотеки та потребам її читачів.

Слід зазначити, що питанню комплектування бібліотечних фондів присвячено праці наступних дослідників: М. Дворкіної, Н. Жадько, В. Загуменної, О. Мар'їної, І. Павлуші, В. Пашкової, Ю. Подуфалої, І. Рябець, А. Соляник, Ю. Столярова, І. Трушиної, В. Фірсової, В. Фоміних, С. Чуканової, Г. Швецової-Водки, А. Шелестової тощо. Водночас питанням комплектування бібліотечних фондів присвячено численні праці О. Баркової, В. Іванової, С. Назаровця, Г. Шемаєвої, Т. Ярошенко тощо.

У свою чергу, комплектування фондів бібліотек здійснюється завдяки його наступним видам: поточному (відбір, замовлення, поповнення новими виданнями), ретроспективному (придбання документів, що вийшли у минулі роки), рекомплектуванню (звільнення від застарілих за змістом, зношених, дублетних примірників). Саме фонд бібліотеки є основою її функціонування [5, 48].

Процес формування бібліотечного фонду включає в себе наступні етапи: створення, постійний розвиток та підтримку в належному стані. Цей процес не припиняється доки існує бібліотека та складає основу діяльності багатьох людей – від адміністрації до працівників відділу комплектування [7, 9].

У цілому існує три види комплектування:

1) поточне (тобто, поповнення бібліотечного фонду документами, які нещодавно вийшли у світ);

2) ретроспективне (тобто, поповнення бібліотечного фонду назвами і примірниками за минулі роки);

3) рекомплектування (тобто, очищення фонду від застарілих, зношених та непрофільних документів) [10, 229].

Як показує досвід, найважливішим видом комплектування є саме поточне комплектування, оскільки бібліотека отримує близько 80% нових надходжень. Рекомплектуванню головним чином підлягають документи, що не використовуються користувачами бібліотеки, оскільки вони не відповідають профілю обслуговуваної зони, чи застарілі і зношені документи. Поточне комплектування бібліотечного фонду характеризується такими ускладненнями періоду, як економічна криза в державі, відсутність стабільного фінансування бібліотек, знищення державної системи книговидання та книгорозповсюдження на основі попередніх замовлень. Зазначені фактори значною мірою ускладнюють процеси комплектування та роблять неможливим перспективне планування їх подальшого розвитку.

За сучасних умов комплектування перетворюється для бібліотек на головну проблему, яку неможливо вирішити без допомоги державної політики в галузі культури. На наше переконання, ця політика зобов'язана проводитись у декількох напрямках:

1) відновлення стабільного державного фінансування бібліотек на комплектування їх фондів;

2) пільгове оподаткування бібколекторів, книготоргових фірм та видавництв, які співпрацюють з бібліотеками;

3) правове регулювання, яке стимулює прийняття місцевих нормативних актів про бібліотечну справу;

4) звільнення від податків благодійників та меценатів, що надають допомогу бібліотекам;

5) створення пільгових умов для книгообміну між бібліотеками країн СНД, близького та далекого зарубіжжя [3, 6].

Література:

1. Бодяк О. Формування бібліотечно-інформаційних ресурсів Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського: сучасний стан та перспективи розвитку // Наук. пр. Нац. Б-ки Укаїни ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. Вип. 38. С. 74–87.

2. Васильченко Н. П. Закономерности и принципы формирования библиотечных фондов // Науч. и техн. б-ки. 1992. № 6. С. 3–6.

3. Вилегжаніна Т. Поточне комплектування – один із важливих аспектів управління формуванням бібліотечного фонду // Бібл. планета. 2007. № 4. С. 4-7.

4. Жорнова О. Науково-методичне забезпечення навчального процесу у вищій школі: усталені нормативи та сучасні вимоги // Вісн. Кн. палати. 2012. № 2. С. 29-32.

5. Залізняк Л. В. Формування та організація фонду (до 78-річчя Національної історичної бібліотеки України) // зб. матер. Всеук. наук. - практ. конф. до 75-річчя засн. Нац. іст. б-ки України, м. Київ, 2 – 3 жовт. 2014 р. Київ, 2014. С. 47–52.

6. Лямець А. Особливості формування фондів депозитарних бібліотек ООН // Вісн. Кн. палати. 2015. № 5. С. 15–18.

7. Стрішенець Н. Відбір при комплектуванні: мистецтво чи наука? // Бібл. вісн. 2009. № 1. С. 7-15.

8. Хромець М. Управління та регулювання процесу формування бібліотечно- інформаційних ресурсів // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського.Київ, 2010. Вип. 27. С. 274–280.

9. Чернуха Н. Особливості формування фонду іноземної літератури в сучасних умовах // Наук. пр. нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. Вип. 37. С. 123–128.

10. Ясьмо В. Д. Історико-культурні фонди бібліотек України: проблеми формування і використання // Українська культура: минуле, сучасне та шляхи розвитку: зб. наук. праць. Рівне, 1994. С. 227–288.

Покропивна Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ,*
методист науково-методичного відділу
Національної історичної бібліотеки України

НАЦІОНАЛЬНА ІСТОРИЧНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ НА ДОПОМОГУ У КРАЄЗНАВЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОБЛАСНИМ УНІВЕРСАЛЬНИМ НАУКОВИМ БІБЛІОТЕКАМ

Національна історична бібліотека України (далі – НІБУ, Бібліотека) вже понад 50 років забезпечує підтримку обласних універсальних наукових бібліотек (далі – ОУНБ) країни з питань бібліотечного краєзнавства. Бібліотека як провідний культурний, науково-інформаційний, освітній державний заклад здійснює функції науково-дослідного та науково-методичного центру з питань бібліотечного краєзнавства, бере участь у розробленні державної політики в галузі бібліотечно-інформаційної справи та забезпечує підтримку регіональним книгозбірням України у їх краєзнавчій роботі [1].

Одним з головних завдань історичної бібліотеки як методичного центру є проведення моніторингу краєзнавчої діяльності ОУНБ країни, в рамках якого здійснюються наукові дослідження.

У 2018 році досліджуються сучасні бібліотечні проекти з краєзнавства, результати якого будуть висвітлені у 29 випуску інформаційного бюлетеня наприкінці року.

Бібліотека раз на 2 роки проводить науково-практичну конференцію в рамках, започаткованих нею Краєзнавчих читань пам'яті Петра Тронька. Вже відбулися чотири таких конференції, які сприяють поглибленню краєзнавчої діяльності бібліотек як вагомого фактора у відродженні національної пам'яті, розвитку культурної самобутності країни та збереженню історичної спадщини України.

Видаються збірники матеріалів конференції, які представлено у відкритому доступі на сайті НІБУ у розділі «Бібліотекарю-Краєзнавцю», учасникам конференції надсилається друкована версія збірника [2].

Зростання обсягів соціальної інформації, у тому числі офіційної, викликає необхідність її обробки та створення нових інформаційних продуктів для задоволення потреб користувачів та надання якісних сучасних інформаційних послуг. Так, в рамках проекту «Історична спадщина України – світовий доступ в електронному форматі, у 2012 році НІБУ розпочала роботу над створенням інтегрованого краєзнавчого електронного ресурсу «Історія міст і сіл України».

Одним із важливих завдань ресурсу є можливість розширення доступу до документних джерел Бібліотеки за рахунок електронної бази даних, де акумулюється інформація краєзнавчої

тематики. Фахівцями науково-методичного відділу були розроблені методичні рекомендації, щодо створення записів у цій базі. Ресурс «Історія міст і сіл України» полегшує пошук необхідної інформації науковцям, дослідникам та усім, хто цікавиться історією свого краю.

Зміни які відбулись у законодавстві в межах розпочатої у 2015 році адміністративно-територіальної реформи в Україні, що передбачає надання широких повноважень органам місцевого самоврядування і зміни в адміністративно-територіальному поділі України, а також прийняття, так званого, «декомунізаційного пакету законів» стали підґрунтям для створення нового Ресурсу – «Адміністративно-територіальний устрій. Зміни і доповнення». У цій БД фіксуються зміни щодо сучасних назв населених пунктів (після останнього перейменування), визначення його статус чи підпорядкування, а також інформація про створення об'єднаних територіальних громад в Україні. Зазначимо, що відомості для створення записів у ресурсі беруться лише з офіційних джерел, таких як «Відомості Верховної Ради України», Офіційний вісник України, Голос України тощо [3].

На допомогу в краєзнавчій діяльності регіональних бібліотек фахівці НІБУ створюють ретроспективні науково-допоміжні бібліографічні посібники. Бібліографічний покажчик «Теорія, методика і практика бібліотечного краєзнавства», який видається на основі однойменної БД, що виходить 1 раз на 10 років і містить інформацію про опубліковані книги, автореферати дисертацій, статті з наукових збірників, періодичних та продовжуваних видань, що за своїм змістом відповідають проблематиці даного посібника. Також бібліографічний покажчик «краєзнавчі бібліографічні посібники бібліотек України», що видається 1 раз на 5 років, останній з яких містить інформацію про краєзнавчі бібліографічні, методично-бібліографічні та веб-бібліографічні посібники, підготовлені публічними бібліотеками України в 2011-2015 роках.

Підсумовуючи, зазначимо, що у процесі реформування бібліотечної системи Національна історична бібліотека України продовжує позиціювати себе, як методичний та дослідний центр з бібліотечного краєзнавства для бібліотек держави, що зазначено у Концепції розвитку Національної історичної бібліотеки України на період до 2020 року [4]. А також забезпечує доступ до історико-краєзнавчої інформації, як традиційними шляхом, так і за допомогою інноваційних методів роботи.

Література:

1. Методична діяльність Національної історичної бібліотеки України в умовах реформування бібліотечної галузі // Бібліотека в умовах сучасності і конструювання майбутнього: матеріали наук. практ. конф. до 110-ї річниці заснування Вінниц. ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва, м. Вінниця, 12 верес. 2017 р. Вінниця, 2017.

2. Бібілотекарю-краєзнавцю [електронний ресурс]. – Назва з екрана. Режим доступу. //на сайті НІБУ http://www.nibu.kiev.ua:8087/jirbis2/

3. Волошінська Н. О. Зміни в Адміністративно-територіальному устрої України та їх відображення у довідковопошуковому апараті Національної історичної бібліотеки України / Національна історична бібліотека України / Н. О. Волошинська // Бібліотечне краєзнавство у культурному просторі України : зб. мат-в Всеукраїнської науково-практичної конференції м. Київ, 2 листопада 2017 р.- С. 45-53.

4. Концепція розвитку Національної історичної бібліотеки України на період до 2020 року. URL:http://www.nibu.kiev.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1443&Itemid=2029

Ромодан Ганна, *студентка магістратури НАКККіМ*

ДО ПИТАННЯ ПРО ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНСАЛТИНГ В НАЦІОНАЛЬНІЙ БІБЛІОТЕЦІ УКРАЇНИ ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО

Сучасний консалтинг є синтезом професійної та комерційної діяльності, який вимагає визначення теорії та методології успішного процесу консультування, а також забезпечення прибутковості консультаційного бізнесу. Консультування – різновид експертної допомоги керівникам організації у справі вирішення завдань перебудови управління в зовнішніх і внутрішніх умовах, що змінюються.

Інформаційний консалтинг – новий вид консультативних послуг на українському ринку, що охоплює інтелектуальну професійну діяльність, в процесі якої кваліфікований консультант надає об'єктивні і незалежні поради, які сприяють успішному управлінню організацією-клієнтом.

Кваліфікований консультант будує свою діяльність на основних правилах і методах консалтингової діяльності, які слід враховувати, консультуючи організацію. Виокремлюють такі принципи консалтингової діяльності: компетентність, репутація, етичні норми, інтереси клієнта, широкі громадські інтереси, зміна системи, залучення персоналу, науковість, гнучкість, креативність, конкретність і об'єктивність, ефективність, взаємовідносини [5, с. 357].

Станом на 2000 р. консалтингова діяльність в Україні вже мала ті ж принципи і характеристики зарубіжних аналогів [1, с. 180–185].

Т. Ананьєва і О. Ткалич виокремлюють такі принципи інформаційно-консалтингової діяльності:

1. *Виробництво та маніпулювання інтелектуальним товаром:* консультант не тільки виробляє інтелектуальний продукт, але й робить його доступним усім, хто має в ньому потребу.

2. *Незалежність допомоги, яка надається:* консультант за своїм особливим становищем існує поза організацією-клієнтом, не має особистих інтересів на підприємстві; стосунки з клієнтом регулюються на умовах контракту, в рамках технічного завдання і графіка виконання робіт.

3. *Рекомендаційний характер діяльності:* рекомендації, надані консультантом, необов'язкові для керівника організації-клієнта, при цьому консультант не має адміністративної влади по відношенню до клієнта і до впровадження своїх рекомендацій.

4. *Розповсюдження передового досвіду:* використовуючи досягнення науки та передовий досвід, консультант допомагає вирішити проблеми одного типу в різних організаціях.

5. *Професійна компетентність та високий професійний рівень допомоги, яка надається:*

– консультант знає питання, з якого надається консультація, набагато більше, ніж клієнт;

– консультант має досвід вирішення схожих проблем в інших організаціях;

– консультант володіє достатньою ерудицією і знаннями у проблемній та суміжних сферах;

– консультант володіє найновішими знаннями, методиками та технологіями інформаційного консультування.

6. *Сприяння підвищенню професійної компетенції* працівників організації-клієнта. У даному випадку реалізується освітня функція інформаційного консалтингу.

Консультант у процесі навчання вирішує два дуже важливі завдання:

1) готує керівників для участі у розробці та впровадженні пропозицій щодо змін;

2) підвищує ефект консультування за рахунок засвоєння тими, кому надаються консультації, тих прийомів та методів, якими користується консультант.

7. *Дотримання етичних норм та конфіденційності.* Консультант береться за виконання завдань тільки тоді, коли він має достатню кваліфікацію; інтереси клієнта він ставить вище своїх власних. Він не розголошує інформацію про клієнта ні за яких обставин. Він об'єктивний, точний та люб'язний по відношенню до клієнтів-замовників.

8. *Оплата послуг на основі фіксованих до початку роботи цін незалежно від результатів діяльності клієнта.*

Західні теоретики консалтингу виокремлюють такі характерні риси консультування [5, с. 319].

По-перше, консультанти надають професійну допомогу керівникам. Досвідчені консультанти проходять через багато організацій і вчаться використовувати набутий досвід, надаючи допомогу новим і старим клієнтам в різних ситуаціях. Отже, вони уміють розпізнавати загальні тенденції і звичайні причини проблем. Більше того, професійні консультанти постійно стежать за літературою з проблем управління і за розвитком теорій методів і систем управління, а також за ситуацією на ринку. Таким чином, вони діють як сполучна ланка між теорією і практикою управління.

По-друге, консультанти в основному дають поради. Це означає, що вони – тільки радники і не мають безпосередніх повноважень приймати рішення про зміни і втілювати їх в життя. Консультанти відповідають за якість і закінченість поради. Клієнти несуть усю відповідальність, яка виникає з прийняття поради.

І по-третє, консультування – це незалежна служба. Консультант оцінює будь-яку ситуацію, пропонує об'єктивні рекомендації відносно того, що потрібно робити клієнтові, не замислюючись про те, як це могло б вплинути на його власні інтереси. Консультант повинен мати такі види незалежності: фінансову, адміністративну, політичну, емоційну.

Усе це висуває високі вимоги до якості і ефективності консалтингових послуг і викликає їх орієнтованість на інтереси клієнта.

Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого (НБУ ім. Ярослава Мудрого) є провідним культурно-освітнім та науково-інформаційним закладом, який виконує функції науково-дослідного, методичного та координаційного центру та виступає активним учасником у розробці державної політики в галузі бібліотечної справи.

Питання стратегії розвитку публічних бібліотек України, організація мережі бібліотек в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ), налагодження комунікації, об'єднання досвіду, яке сприяє якісним змінам у бібліотечній сфері та створює можливості для кращого розвитку територіальних громад – стало одним із першочергових завдань НБУ ім. Ярослава Мудрого у 2017 році.

Із цією метою бібліотекою започатковано новий проект – блог «Публічна бібліотека об'єднаної територіальної громади», який покликаний стати платформою для обміну найкращими практиками серед публічних бібліотек [4]. На сторінках блогу можна поділитися власним досвідом: викласти свої історії успіху, приклади подолання труднощів, актуальні матеріали, новини стосовно роботи бібліотек в умовах формування ОТГ.

Колектив бібліотеки продовжує збір та узагальнення статистичних даних про діяльність публічних бібліотек України за формою 6-НК та за допомогою Електронної системи моніторингу базової мережі публічних бібліотек (ЕСМаР). ЕСМаР – онлайновий сервіс (ecmap.nplu.org), спільний проект, реалізований Міністерством культури України, НБУ ім. Ярослава Мудрого, програмою «Бібліоміст», Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX). Це база даних, що містить інформацію про діяльність всіх публічних бібліотек України, аналогічна система працює лише у Швеції.

Метою будь-якого організаційного розвитку є підвищення внутрішньої і зовнішньої ефективності функціонування установ. У цьому контексті важливим є вибір методичного інструментарію консультанта. Методика інформаційного консультування ґрунтується на застосуванні розробок вітчизняних і зарубіжних фахівців.

Література:

1. Алешникова В. И. Использование услуг профессиональных консультантов : 17-модульная прогр. для менеджеров «Управление развитием организации». Москва : ИНФРА-М, 2000. 208 с.
2. Ананьева Т. Н., Ткалич А. И. Информационный консалтинг: учеб. пособие для студ. вузов. Москва, 2006. 205 с.
3. Вилегжаніна Т. Інформаційний супровід діяльності бібліотек в умовах проведення реформи децентралізації став головним напрямом нашої роботи у 2017 році. *Міністерство культури України* : [сайт]. URL: http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245324349 (дата звернення 19.12.2018).
4. Публічна бібліотека об'єднаної територіальної громади . URL: http://oth.nplu.org/ (дата звернення 19.12.2018).
5. Управленческое консультирование. Введение в профессию = Management Consulting: A Guide to the Profession / под ред. М. Кубра; Междунар. орг. труда (Женева). 4-е изд. Москва : Планум, 2004. 976 с.

Сахарова Марія, *бібліотекар, Наукова бібліотека*
Вінницького національного медичного університету ім. М. І. Пирогова

ЕТИКА ІНДИВІДУАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ ВІННИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО МЕДИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМ. М. І. ПИРОГОВА

Морально-етичний аспект роботи бібліотекаря – один із найголовніших показників діяльності бібліотеки в цілому. Як і на будь-якому підприємстві сфери обслуговування, коли клієнт завжди правий, бібліотека повинна стати клієнт-орієнтованою організацією, де задоволення потреб читачів відбуватиметься на найвищому рівні. А це, в свою чергу, вимагає глибокого розуміння і задоволення потреб читачів та створення комфортного бібліотечного середовища для відвідувачів. [2]

Щорічно наукова бібліотека Вінницького національного медичного університету ім. М. І. Пирогова обслуговує більше 12 тисяч користувачів і виконує близько 32 тисячі користувацьких звернень. Кількість виданих за 2017 рік документів сягає 600 тисяч при загальному відвідуванню бібліотеки за рік – більше 362 тисяч. Користувачі бібліотеки – студенти-медики, які навчаються українською, англійською та російською мовами.

Особистість бібліотекаря – головне в індивідуальному бібліотечному обслуговуванні. Фонотов Г.П. у книзі «Такий він, бібліотекар» (М., 1997) сказав: «...На спілкування із читачами потрібно ставити найбільш кваліфікованих, ерудованих співробітників, досвідчених, що розуміються й на книжковому світі, й на людських душах, справжніх інтелектуалів». І далі: «Він, читач, судить про усіх нас, бібліотекарів, по тих конкретних особах, з якими зустрічається на «видачі». [5]

Професійна етика бібліотекаря є складовою бібліотечного обслуговування і визначає моральні аспекти, норми й правила професійної поведінки працівників бібліотеки при виконанні своїх обов'язків, формує у працівника поняття професійного обов'язку й честі, прищеплює навички культури спілкування й високого професіоналізму. Вона включає етику спілкування в бібліотеці, риторику бібліотекаря, етику слухача, бібліотечний етикет. Норми бібліотечної етики основані на вільному доступі до інформації, неприпустимості цензури в бібліотеці, конфіденційності читання, пріоритетному обслуговуванні [3].

Індивідуальне бібліотечно-бібліографічне обслуговування користувачів – процес, який забезпечує пряме й безпосереднє спілкування бібліотекаря з одним або декількома користувачами одночасно, враховуючи особистісні особливості кожного. Бібліотечному спілкуванню властиві певні функції, найголовніші з них:

- комунікативна, як засіб взаємовідносин в бібліотечному середовищі;
- інформаційна, яка повинна забезпечувати вільний доступ до інформації;
- регулятивна, яка сприяє упорядкуванню відносин;
- виховна функція. [1]

Культура спілкування в бібліотеці має три складових: вміння розуміти сутність людей; правильно оцінювати психологію їх вчинків; адекватно реагувати на поведінку людей, відповідно до їх індивідуальних особливостей.

На сучасному етапі спілкування в бібліотеці набуває нового змісту: це не лише бесіда бібліотекаря з користувачем у процесі видачі та повернення книги, а й специфічний комунікативний фон усієї інформаційно-бібліотечної діяльності [6]. Задля забезпечення комфортних умов у науковій бібліотеці ВНМУ для користувачів функціонує дві читальні зали, два абонементи, інформаційно-бібліографічний відділ, відділ культурно-просвітницької роботи, а також відділ обслуговування іноземною літературою. Така розгалужена структура дозволяє комплексно підійти до питання комплектування фондів кожного відділу та сформувати кадровий склад відповідно до потреб користувачів, що відвідують окремий відділ.

Бібліотечне спілкування, це насамперед, суб'єкт – суб'єктна взаємодія, в якій кожен з учасників – особистість, варта уваги та поваги [7].

Сучасний бібліотекар – справжній товариш та порадник для користувача. Тому читач повинен завжди бачити освіченого, готового прийти на допомогу бібліотекаря, який має бути начитаним, ерудованим, стильним, володіти комп'ютерною грамотністю, іноземними мовами та ін.

Професійна етика бібліотекаря ґрунтується на безпосередньому спілкуванні з відвідувачами, на постійній увазі до їхніх інтересів, намаганні найбільш повно задовольнити їхні інформаційні запити. Сукупність високих морально-етичних якостей читача і бібліотекаря сприятиме привабливості бібліотеки і підвищенню іміджу професії бібліотекаря.

Література:

1. Галецька Н.О. Індивідуальне обслуговування користувачів: імідж та етика професійної поведінки бібліотекаря / Н.О. Галецька ; Наукова бібліотека Хмельницького національного університету. – Електрон. текст. дані. URL: http://lib.khnu.km.ua/about_library/naukova_robota/ 2010/gal_ind.htm, вільний**.**
2. Етико-моральний аспект культури бібліотечного обслуговування : метод. рек. / уклад.: М. П. Сахарова, М. І. Мельник; відп. за вип. Н. М. Кравчук. Вінниця, 2015. 32 с. (Серія «На допомогу бібліотечному фахівцю»).
3. Кодекс етики бібліотекаря. Затверджено конференцією Української бібліотечної асоціації 26 листопада 2013 р/ Українська бібліотечна асоціація. Документи УБА. – Електронний документ. URL: https://ula.org.ua/252-dokumenti/dokumenti-uba.
4. Канюка О. Формування комунікативної культури працівників бібліотек як важливий чинник у подоланні конфліктів з користувачами // Бібліотечна планета. 2014. № 3. С. 15-18.
5. Справочник библиотекаря; науч. ред.: А. Н. Ванеев, В. А. Минкина. СПб. : Профессия, 2000. 425 с. (Серия «Библиотека»). Библиогр. в конце глав.
6. Станіславчук Г. Бібліотека – осередок культури, територія спілкування // Бібліотечна планета. 2007. № 2. С. 28-29.
7. Хіміч Я.О. Бібліотечне обслуговування як соціально-рольова взаємодія // Бібліотечна планета. 2002. № 2 (16). С. 32- 34

Чердниченко Олена, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІЙСЬКОВИХ ЧАСТИН ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ

Військові документи, які функціонують в армії істотно відрізняються від документів загальної системи документації. Ці відмінності стосуються як характеру інформації, так і форми, структури, позначення окремих реквізитів, складу видів та різновидів військових документів.

Істотною ознакою військових документів є їхня відомча приналежність. Всі вони належать військовому відомству ЗС України. Відомча приналежність військових документів визначається насамперед тим, що вони розробляються та видаються посадовими особами армії. Ці документи функціонують головним чином у військовій частині та закладах, тобто у межах військового відомства. Дія військових документів поширюється на посадових осіб військових частин та закладів військовослужбовців, громадський персонал ЗС України та тільки в окремих випадках – на інших громадян.

Важливою характерною рисою військового документу є специфічний спосіб фіксації інформації, її закріплення на матеріальному носії, який являє собою процес переносу інформації у вигляді літер, цифр, штрихів, електромагнітних імпульсів, світових сигналів на матеріальний носій. Закріплення інформації у вигляді символів на відповідному матеріальному носії, це важлива умова створення документу. Найбільш широке розповсюдження отримав письмовий спосіб фіксації інформації (рукописний, машинописний). Цей спосіб являє собою закріплення розмовно-розумової діяльності людини на матеріальному носії за допомогою письмових знаків. Письмове документування, що пройшло в своєму розвитку довгий та складний шлях, досягло такого рівня, який дозволяє точно фіксувати необхідну інформацію, надійно зберігати її тривалий час, передавати на значну відстань без змін, спотворень.

Письмовий спосіб включає текстове і технічне документування. При текстовому документуванні інформація за допомогою будь-якого типу листа вручну чи з використання друкарських машин закріплюється на матеріальному носії.

На даний час домінує машинописний спосіб виготовлення військово-управлінських документів. Він є однією з ознак військових документів. В нормативних актах, які регламентують процес документування у військовому управлінні, закріплені правила виконання документів машинописним способом. Технічне документування застосовується для закріплення інформації при здійсненні технічного і будівельного проектування, інженерного конструювання та інших робіт по виготовленню зброї і військової техніки. На практиці активно застосовуються і інші закріплення інформації – кіно-, фотодокументування, матричне документування.

Характерною рисою військового документа є наявність реквізитів, тобто обов'язкових структурних елементів документу, таких як: назва виду документу, текст, дата, місце видання, адресат, підпис, печатка і т.д. Документ не існує без реквізитів, які, будучи носіями інформації, складають його форму і зміст. Через реквізити документ виконує покладені на нього завдання. Набір реквізитів для різних документів неоднаковий. Він залежить від ролі і призначення документу і встановлюється шляхом нормативного закріплення у відповідних правових актах. Їх сукупність визначає, яку функцію реалізує документ.

Кожний військовий службовий документ виконує конкретні функції. Він може бути джерелом інформації, засобом зв'язку, інструментом обліку, виконувати роль правового акту, бути історичним джерелом тощо. Під функціями військового службового документу розуміється його цільове призначення, роль яку він виконує, засіб, його зовнішнє проявлення. Засоби проявлення військового службового документа – є засоби його існування та функціонування.

У Збройних Силах України створюються такі види службових документів: наказ, директива, розпорядження, доручення, рішення, протокол, положення, постанова, настанова, керівництво, порадник, інструкція, правила, план, звіт, доповідь, донесення, доручення, акт, звукота відеозаписи, програма, алгоритм, рапорт, заява, телеграма, телефонограма, факсограма, службовий лист, довідка, методичні рекомендації, доповідна та пояснювальна записки, припис, посвідчення про відрядження, відпускний квиток, графік відпусток та інші розроблені в установленому порядку документи.

Таким чином, військовий документ – це спеціальний носій інформації, на якому різними способами викладені відомості про цілі, задачі та структури Збройних Сил України, їхніх складових частин, характерні управління військами, їхньої бойової підготовки, бойових дій військ, повсякденного життя та діяльності штабів з'єднань частин та підрозділів та який призначений для регулювання військових правовідносин, здійснення органами військового управління виконавчої діяльності у мирний та військовий час.

Література:

1. Ізюмський М. П., Комишин А. І. Основи організації і ведення службового діловодства та службового листування у військових частинах і установах : навч. посібник. Харків : ХВУ, 1999.

2. Кузьмич І. І. Поняття та особливості військових документів. *Форум права*. Київ, 2013. № 2. С. 259-265.

3. Крутько І. М., Поляков С. Ю. Військове документування та діловодство : навч. посібник. Харків : Національна юридична академія України, 2003. 38 с.

Швець Анастасія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ДО ПИТАННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕФОРМУВАННЯ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Будь-яка установа, організація, підприємство незалежно від форми власності та галузі, у своїй діяльності керується законами та нормативно-правовими актами. У медичній галузі також можна виокремити декілька груп нормативно-правового забезпечення, що регламентують цю діяльність.

Однією із важливих груп є Закони України, а саме: «Про основи законодавства України про охорону здоров'я» №2801-XII від 19 листопада 1992 року, «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» №2168-VIII від 19 жовтня 2017 року, «Про інформацію» № 2657-XII від 02 жовтня 1992 року, «Про доступ до публічної інформації» №2939-VI від 13 січня 2011 року, «Про екстрену допомогу» №5081- VI від 05 липня 2012 року, «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення дозвільних процедур» № 3395- VI від 19 травня 2011 року, «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку первинної медико-санітарної допомоги на засадах сімейної медицини на період до 2011 року» №1841- VI від 22 січня 2010 року, «Про внесення змін до Закону України «Про фізичну культуру і спорт» щодо уточнення деяких положень» №2273-VIII від 18 січня 2018 року та інших законодавчих актів України щодо удосконалення методів профілактики, діагностики, лікування, реабілітації та лікарських засобів і заняття народною медициною (цілительством) тощо.

На сьогоднішній день в Україні впроваджуються нові реформи, відбувається розробка та впровадження нових інформаційних технологій. Законодавством України було прийнято Закон України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» №2168-VIII від 19 жовтня 2017 року, який визначив державні фінансові гарантії надання необхідних пацієнтам послуг з медичного обслуговування (медичних послуг) та лікарських засобів належної якості за рахунок коштів Державного бюджету України за програмою медичних гарантій. У цьому Законі подано загальну характеристику та наведено визначення основних термінів і понять. Зокрема визначено складові та базові нормативно-правові акти, що регулюють суспільні відносини у сфері охорони здоров'я.

Згідно з Законом, програма державних гарантій медичного обслуговування населення (програма медичних гарантій) – програма, що визначає перелік та обсяг медичних послуг (включаючи медичні вироби) та лікарських засобів, повну оплату надання яких пацієнтам держава гарантує за рахунок коштів Державного бюджету України згідно з тарифом, для профілактики, діагностики, лікування та реабілітації у зв'язку з хворобами, травмами, отруєнням і патологічними станами, а також у зв'язку з вагітністю та пологами [1]. Вона розробляється з урахуванням положень галузевих стандартів у сфері здоров'я в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у медичній галузі. У Законі розглянуто основні принципи програми медичних гарантій та узагальнено права та обов'язки пацієнтів. Враховано, особливості договорів про медичне обслуговування населення за програмою медичних гарантій та порядок отримання й основні засади оплати надання медичних послуг та лікарських засобів за Програмою. Цей Закон регламентує укладання Договору про медичне обслуговування населення за програмою медичних гарантій, який укладається між закладом охорони здоров'я незалежно від форми власності чи фізичною особою-підприємцем, яка в установленому законом порядку одержала ліцензію на провадження господарської діяльності з медичної практики, та Уповноваженим органом [2]. Договір укладається у письмовій (електронній формі), створений на користь третіх осіб – пацієнтів. В ньому зазначено перелік та обсяг надання медичних послуг та лікарських засобів за Програмою; умови, порядок та строки оплати тарифу; фактична адреса надання медичних послуг; права та обов'язки сторін; строк дії договору; забезпеченням сторін звітності та відповідальності надавачів медичних послуг.

В сучасному суспільстві активно запроваджується система електронного документообігу, що значно прискорює та полегшує обслуговування користувачів медичних закладів. Тому електронна система охорони здоров'я необхідна для забезпечення можливості використання пацієнтами електронних сервісів для реалізації їх прав за програмою державних гарантій медичного обслуговування населення. Електронна система охорони здоров'я забезпечує можливість реєстрації користувачів у центральній базі даних; розмежування прав користувачів на внесення, перегляду інформації; можливість створення, внесення, перегляду та обміну деклараціями про вибір лікаря; можливість користування системою людей з порушенням зору та слуху; укладення договорів про медичне обслуговування; автоматичне резервування і відновлення даних; захист інформації від несанкціонованого доступу та багато іншого [3].

Розробка та подальше запровадження короткострокових та довгострокових заходів реалізації Програми медичних гарантій дозволить удосконалити організацію надання медичних послуг та

підвищити рівень звітності медичних установ стосовно виконання, надання послуг третім особам – пацієнтам. Електронна система охорони здоров'я забезпечує можливість ведення єдиного реєстру пацієнтів та підвищує рівень інформаційного та аналітичного забезпечення діяльності медичних установ щодо формування та використання інформаційних ресурсів.

Література:

1. Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення: Закон України від 19.10.2017р. № 2168-VIII. База даних «Законодавство України»/ВР України.
2. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19 (дата звернення 30.01.2018).
3. Деякі питання щодо договорів про медичне обслуговування населення за програмою медичних гарантій: Постанова Кабінету Міністрів України від 25.04.2018р. № 410. База даних «Законодавство України»/ВР України.
4. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/410-2018-n#n46
5. Деякі питання електронної системи охорони здоров'я: Постанова Кабінету Міністрів України від 25.04.2018р. № 411. База даних «Законодавство України»/ВР України.
6. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-2018 n#n19

Яблонська Ірина, *аспірантка НАКККіМ*

ДОКУМЕНТУВАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ

Документи лежать в основі будь-якої організації. Будь-яка організаційна, комерційна, виробнича, дослідницька діяльність ведеться на основі набору документів і являється по суті організацією роботи з документами (законодавчими, організаційно-розпорядчими, інформаційно-довідковими, комерційними, рекламними, науковими та ін.).

Якщо проаналізувати діяльність банківських установ, то можна відзначити їх основну відмінну особливість в порівнянні з іншими підприємствами та організаціями різних видів економічної діяльності. Практично всі бізнес-процеси банків пов'язані зі створенням документів та організацією роботи з ними під час управління. Можна сказати, що основна діяльність банківських установ побудована виключно на основі документів: банки нічого не виробляють, нікого не навчають. Виходячи з цього, розв'язання питань щодо ефективної організації роботи як з паперовими, так і електронними документами, що містять у собі необхідну інформацію для своєчасного прийняття управлінських рішень і досягнення цілей установи, набувають актуального значення для банківських установ в умовах глобальної інформатизації суспільства. Крім того, треба мати на увазі, що документаційне забезпечення діяльності банків має свої особливості, обумовлені специфікою банківської діяльності, вимогами чинного законодавства у даній сфері, а також відповідальністю, яка лягає на співробітників при роботі з фінансовою документацією.

Документування банківських операцій являється важливим процесом в банківській сфері. Документування найголовніших процесів в банках включає оформлення депозитів, кредитів та управлінських рішень.

Найбільш суттєвим і важливим джерелом формування та збільшення ресурсної бази комерційних банків виступають депозитні операції [1, с.87].

До основних видів документації, яка необхідна для відкриття депозитного рахунку по розміщенню грошових коштів для юридичної особи відносяться: паспорт та реєстраційний номер картки платника; довіреність на особу, яка представляє інтереси вкладника в Банку (укладання договору); документи, що підтверджують повноваження особи, яка уповноважена розпоряджатися депозитним рахунком; зареєстрований установчий документ (статут або договір); довідка про внесення вкладника до Єдиного державного реєстру; документ, що підтверджує взяття вкладника на податковий облік [2].

Для фізичних осіб основними видами документації, яка необхідна для відкриття депозитного рахунку для розміщення грошових коштів є: паспорт та реєстраційний номер картки платника;

довіреність на особу, яка представляє інтереси вкладника в Банку (укладання угоди); документ, що підтверджує взяття вкладника на податковий облік.

Документ, який створюється в Банку при даному процесі являється договором (депозитна угода). На основі всіх наданих документів клієнта та створених документів в Банку формується юридична справа клієнта. Строки зберігання всіх документів створюваних в банківських установах визначаються згідно Постанови Національного Банку України [3].

Документування кредитних операцій в банківських установах включають в себе відносини, що складаються між кредиторами (банками) і суб'єктами кредитування (позичальниками), можуть бути як юридичні, так і фізичні особи.

Для отримання кредиту клієнт має надати банку пакет таких документів: заяву про надання кредиту; анкету клієнта; копію ліцензії (якщо діяльність підлягає ліцензуванню); фінансову звітність (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, розшифровку дебіторської та кредиторської заборгованості) на останню звітну дату; документи щодо забезпечення кредиту. Кредитування може бути короткострокове та довгострокове. При позитивному рішенні колегіальних органів Банку про надання кредиту, готується кредитна документація:

- Кредитний договір;
- Договори застави, іпотеки - залежно від затвердженої структури забезпечення;
- Договори поручительства;
- Договір гарантії.

Вже на основі підготовленої кредитної документації готується кредитна угода. Документи створювані в процесі формуються в кредитну справу. Кредитні справи формуються залежно від назви позичальника (клієнта). Справи по кредитних операціях до формуються на протязі обслуговування того чи іншого виду кредиту. Строк зберігання даних документів також визначається Постановою Національного Банку України [3].

Належне формування документів банківських операцій залежить в першу чергу від законодавчої бази України, від налаштування внутрішніх процесів та систем Банку, а також від людського фактору.

Необхідно відзначити, що сьогодні банківська система України має змішану систему документообігу, як паперову так і електронну. Всі банківські операції автоматизовані і паралельно супроводжуються електронним документообігом з використанням електронно-цифрового підпису.

Національний Банк України передбачив право банків формувати наприклад кредитну документацію (справу) боржника з електронних документів, але як показує практика, що дані справи формуються також і в паперовому вигляді. Повністю відмовитися від паперових носіїв в найближчій перспективі не планується — це і не передбачається українськими законами та стандартами. На цьому етапі важливо грамотно відрегулювати роботу в змішаному документообігу у внутрішніх нормативних документах, а також мінімізувати ризик людського фактору.

Література:

1. Васюренко О.В. Банківські операції: навч. посіб. 6-те вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2008. – 318 с.

2. Про затвердження Положення про порядок здійснення банками України депозитних операцій з юридичними і фізичними особами: Постанова Правління НБУ [електронний документ] Документ z1256-03, чинний від 31.10.2017, підстава - v0106500-17 19. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03.

3. Перелік документів що утворюються в діяльності Національного Банку України та банків України із зазначенням строків зберігання: Постанова Правління НБУ [електронний документ] Документ z1646-04, чинний від 27.12.2010, підстава - z1271-10, z1272-10. YRL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1646-04.

СЦЕНІЧНЕ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО: ТВОРЧІСТЬ І ТЕХНОЛОГІЇ

Грищенко Валентина, *кандидат педагогічних наук,*
доцент НАКККіМ

МУЛЬТИМЕДІА – НОВА ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ РОЗРОБКИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

Мультимедійні технології – це сукупність сучасних засобів аудіо- теле-, візуальних та віртуальних комунікацій, що використовуються в процесі організації, планування та управління різних видів діяльності. Засоби мультимедіа дозволяють створювати бази, банки даних і знань у сфері культури, науки і виробництва. Такі продукти все більш завойовують ринок користувачів. Мультимедіа технології широко використовуються в рекламній діяльності, при організації управління маркетингом засобів і методів просування товарів і послуг, у дозвіллі, а також у навчанні.

Мультимедійна презентація – це сучасний високотехнологічний спосіб донести інформацію до потенційних клієнтів, партнерів, інвесторів, або студентів. Це одночасно рекламний та інформаційний інструмент, що дозволяє користувачу активно взаємодіяти з ним через меню управління. Комп'ютерна презентація, також, є одним з типів мультимедійних продуктів, що отримали найширше застосування в освітньому процесі.

Сучасні мультимедійні програмні засоби мають великі можливості у відображенні інформації, що значно відмінні від звичних, і мають безпосередній вплив: на мотивацію учнів, студентів; швидкість сприйняття матеріалу; стомлюваність і, таким чином, на ефективність учбового процесу в цілому. Безперечною перевагою комп'ютерної презентації в сучасному освітньому процесі є: наочність для слухачів; тезовість для виступаючого.

Мультимедійна презентація відрізняється від стандартної тим, що вона, як правило, містить комбінації наступних основних елементів: відео, аудіо, малюнки, фото, текст, анімація, 3D моделі, навігація. Дані елементи можуть бути представлені в абсолютно різних комбінаціях, а деякі з елементів можуть бути відсутніми. Окрім цього, мультимедійні презентації мають ще низку унікальних переваг:

1. Інтерактивність – можливість адресної взаємодії з мультимедіа зображенням.
2. Мобільність – можливість демонстрації рекламного ролика перед вибраною цільовою аудиторією у будь-який час, в будь-якому місці.
3. Інформативність – мультимедійний ролик може містити повний об'єм інформації про запропонований предмет, товар або послугу.
4. Креативність – візуальні технології, оригінальна подача матеріалу, можливість інтерактивної роботи з мультимедіа зображенням – все це дозволяє утримати увагу цільової аудиторії на запропонованій їй інформації.
5. Економічна ефективність. Комп'ютерні технології, що використовуються при створенні мультимедійного рекламного ролика, розширюють спектр можливостей його застосування. Ролик виготовляється один раз, але має широкий спектр застосування і тривалий термін експлуатації.

Існує декілька форматів мультимедійних презентації. Наприклад:

- Adobe Flash презентація – як правило це swf файл, в якому можуть бути присутні всі основні елементи мультимедійної презентації. Дану презентацію можна помістити прямо на веб сторінку сайту. Таку презентацію можна створити за допомогою програм Adobe Flash CS5, Adobe Flash Builder.
- PowerPoint презентація – всім нам відомий формат ppt від компанії Microsoft, що складається із слайдів. Також, на сьогоднішній день можна легко включити в PowerPoint презентацію мультимедійні елементи. Можна використати інші програми для презентацій.

- Відеофайл – звичайний відеофайл також може служити мультимедійною презентацією, якщо він містить послідовність інформації, наприклад, про новий предмет.

Показ, або представлення презентації також можуть здійснюватися різними способами:

- В аудиторії або приміщенні на екрані.
- Через мережу Інтернет, в реальному режимі часу. Вебінари. Наприклад, під час веб відео - конференції.
- На веб сайті. Користувач проглядає презентацію, наприклад, на сайті компанії, учбового закладу. Це також може бути записане відео Вебінару.
- Збережена презентація. Користувач викачує і проглядає мультимедійну презентацію на своєму комп'ютері.
- Електронний носій з презентацією. Наприклад, flash карта або диск.

Сьогодні мультимедіа-технології – це один з перспективних напрямів інформатизації учбового процесу. Мультимедійні засоби наочності дозволяють створювати нові форми візуальної інформації, яка представляє інтерпретацію моделей явищ, що вивчаються. І саме в цьому полягає великий резерв підвищення ефективності навчання.

Література:

1. Что такое мультимедийная презентация, виды и этапы работы. URL: http://www.Directe ducation.ru/powins-328-1.html (дата обращения: сентябрь 2018).

2. Мультимедийная презентация. URL: http://www.denzy.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=72&itemid=99 (дата обращения: сентябрь 2018)

Зайцева Ірина, *кандидат педагогічних наук,*
доцент КНУКіМ

КЛАСИКА У ПОСТАНОВЦІ МОЛОДОЇ РЕЖИСУРИ (НА ПРИКЛАДІ І. УРИВСЬКОГО)

Реалії суспільства інформаційних технологій, на думку науковців, зацікавлене в особистостях високо інтелектуальних і високо моральних, з активною життєвою позицією, відповідальністю і лідерськими якостями, які є основою національної еліти, зокрема мистецької як її складової. Саме талановиті представники художньої інтелігенції своїм мистецтвом впливають на формування духовної орієнтації, суспільних ідеалів, світоглядних пріоритетів сучасників. Надзвичайно важливою є роль режисера в цьому процесі. Пристрасна увага до провокативності та скандальності на кону театру, до самопіару, інтерес виключно до авангардного мистецтва, неспроможність вести глядачів за собою і обумовлюють репертуар, зміст, систему морально-етичних цінностей, часто-густо далеких від загальнолюдських гуманістичних традицій.

Одна з ключових проблем світової соціокультурної ситуації – призупинення всезагального «одуріння масовою культурою» (А. Сахаров), протистояння глобалістській американізації. А один з шляхів її вирішення – звернення до вічних цінностей класики.

У 2014 р. Київським театром «Золоті Ворота» та художнім керівником Стасом Жирковим ініційовано проект «OPEN MIND», що дозволяє студентам творчих вишів спробувати свої сили на професійній сцені.

Серед молодих режисерів, які брали участь у проекті, – Юлія Мороз з виставою «Самогубець» М.Ердмана; на кону «Золотих воріт» з успіхом йде пластична драма Влади Бєлозоренко «Мітіне кохання: щоденник» за І. Буніним; у театрі Драми і комедії на Лівому березі – вистава Тамари Трунової «Безприданниця» О. Островського, можна називати й інші роботи молодої генерації за класичними творами.

Першим учасником проекту став Іван Уривський з виставою «Дядя Ваня» А. Чехова, що на Міжнародному театральному фестивалі «Мельпомена Таврії» в Херсоні 2015 року здобула нагороду за кращий режисерський дебют.

Сьогодні серед молодих колег найчастіше до класики звертається саме І. Уривський. Він любить класику і знає як зробити її актуальною. Його приваблює ігровий театр, можливість експериментувати на різномасштабних сценічних майданчиках. На запрошення Одеського академічного українського музично-драматичного театру ім. В. Василька на кону експериментальної творчої майстерні «Глядач на сцені», ще студентом молодий режисер поставив «Тіні забутих предків» (п'єса В. Василька за повістю М. Коцюбинського). Глядач, який знаходився безпосередньо на сцені, співпереживав історії про кохання і смерть, поринаючи у незбагненний світ гуцульської культури, де над полонинами та водограєм лунає голос троїстих музик, де панують свої закони, живе дух предків. Ця історія про вічне – поза часом і поза простором, з метафоричною образністю сценічної естетики, запропонованої режисером, набувала загальнолюдського масштабу.

Як містичну сагу прочитав молодий митець ще одну сповідь про трагічне кохання з повістю О. Купріна «Олеся» у театрі «Золоті Ворота». Ця вистава – «Забута історія кохання» обеззброювала, заворожувала столичного глядача своєю щирістю, магією і, одночасно, трагічною правдою художнього світу талановитого письменника, відтвореною режисером та його однодумцями, мовою пластики, музики, світла, дії.

А через деякий час у Уривського з'явилася нова оригінальна концепція купрінівського твору, на цей раз – для лялькового театру. «Олеся. Містифікація» на кону Одеського обласного театру ляльок популярна вистава для дорослої аудиторії про кохання, приречене на смерть. Поруч з драматичними акторами тут співіснують великі ляльки. Дія розгортається навколо героя – Івана Тимофійовича, якого «занурюють» у стихію містифікації. Питання свободи і залежності від соціума, питання вибору і відповідальності – екзистенціалістичне «відлуння» головної теми вистави – теми Кохання.

Іван Уривський, на наш погляд, звернувся до естетики лялькового театру не випадково. Як стверджує сам митець, він є прихильником творчих пошуків одного з театральних лідерів – французького режисера Філіпа Жанті, який прагне досліджувати театральний простір як територію підсвідомого, залучаючи театр маріонеток, цирк, танець, вокал, пантоміму, театр тіней, спецефекти, елементи драми. Ландшафт театру Жанті постійно трансформується.

Інтерес до метафоричного театру, зокрема литовської режисерської школи, сучасного класика Еймунтаса Някрошюса та інших митців, надихає Уривського у пошуках власної поетико-метафоричної мови.

Художньою подією стала пластична драма «Украдене щастя» І. Франка в «Золотих воротах» – лауреат театральної премії «Дзеркало сцени – 2017». За задумом режисера, протистояння двох світів – побутового світу Миколи і потойбічного світу Михайла, який повернувся перевертнем, створювало камерну містичну атмосферу, метафоричне дійство, де душі героїв так і не знаходили свого примарного щастя.

Енергією сьогодення наповнив Іван Уривський хрестоматійну п'єсу «Турандот» Карло Гоцці, залишивши для історії легендарні постановки відомих режисерів, зокрема вахтангівську, з якої пов'язана естетика «святкової театральності», ускладнюючи задачу тим, що у виставі на одеській сцені немає жодної декорації – існує лише порожній простір.

Як зазначалося, шлях на професійну сцену Івана Уривського розпочався з дипломної вистави «Дядя Ваня» А. Чехова, яка стала його успішним дебютом на кону театру «Золоті ворота». Вважаємо, саме в цій виставі вже були заявлені естетчні пріоритети молодого постановника.

Для Уривського актуальність «Дяді Вані» – у неможливості і не допустимості упокорювання. Покоління двадцяти п'ятилітніх, однолітки учасників вистави, це меседж для вас: дерево життя не повинно гинути, кожен з нас – це гілка жива або мертва. Сповнена трагічного звучання сценографія вистави – напівзруйнована садиба, скрізь стіни котрої проросло сухе гілля – жодного пагона, – створює образ загубленого, позбавленого будь-якої перспективи, життя. Сценографічне вирішення, знайдене самим режисером, вдало поєднує умовність – кімнати будинку, веранда Войницьких ескізно визначені порожніми, легко рухомими дверними коробками без самих дверей – ще одна

метафора – «двері, що зірвалися з петель», і вірність авторській деталі – крісло-гойдалка, карта Африки та інше. Дверні коробки-пройоми – це вхід і вихід, людина має право на свій вибір, розплата ж за нього – власна доля. Неспроможність змінити її – відповідальність кожного перед самим собою, перед майбутніми втраченими поколіннями, поколіннями, які не народилися, – бо у чеховських героїв не має продовження.

Відкритий простір сцени – всі кімнати проглядаються, стін немає – життя на виду у всіх. Ця порожнеча створює відчуття чогось неприродного, несправжнього. Життя, що не відбулося, бездарно витрачено на фальшивих «ідолів», примарні мрії, безглузду жертовність.

У фіналі вистави – передчуття катастрофи, загибелі… Органічно поєднуючи умовність і конкретні деталі, актори із стопок зв'язаних книжок, дверного полотнища, що зірвало з петель, споруджують стіл, за нього сідають і ведуть хазяйські розрахунки Соня і дядя Ваня, інші поруч з ними. Все як завжди – буденне, звичайне і – рутинно-убивче. Монолог Соні про небо в алмазах, про янголів, про життя солодке і лагідне, як казка, перетворюється на кульмінацію, заради якої і з'явилася вистава – так жити не можна! Це злочин проти себе.

В глядацькій залі – тиша-реквієм – прощання з людьми, які так і не спробували стати щасливими, єдине, що їх чекає, – це смерть. Питання ж «як жити і заради чого?» залишилися. Відповіді кожен повинен знайти сам.

Неможливо уявити «Дядю Ваню» без такої «дійової особи», як музика. З повітря, світла, думки, емоції вона народжувалася у виставі і розчинялася... Проявивши широку обізнаність у тенденціях сучасного світового мистецтва, Уривський став автором музичної партитури постановки. Основу її, насиченою напівтонами і динамікою, акварельним ліризмом і експресивним відчаєм, склали композиції відомих митців – Філіпа Гласса, Марка Наймана та інших. Вистава захоплювала ненав'язливим відтворенням летючості і неповторності миттєвостей буття…

Метафоричний, філософський, ансамблевий, ігровий, з повагою до авторської художньої мови, цікавий сучасникам – таким ми побачили театр молодого режисера.

І. Уривський і далі працює над класикою. Глядачам залишається чекати нових прем'єр – актуальної, змістовної розмови з яскравою режисерською особистістю, яка творить сучасний український театр талановито, з любов'ю.

Кратко Юлія, *старший викладач НАКККіМ*

ДО ПИТАННЯ СПЕЦИФІКИ АМАТОРСЬКОГО ТЕАТРУ

Відомо, що кожна людина, маючи творчий потенціал, який з різних причин не реалізований у повсякденному житті, намагається віднайти певне застосування своїм здібностям, зокрема, стає учасником аматорського театрального колективу, маючи у такий спосіб можливість яскравого виявлення мистецьких вподобань і потреб. При цьому доведено, що робота в самодіяльному театрі для багатьох відомих нині майстрів сцени стала потужною школою здобуття творчого досвіду, сприяла багатьом творчим особистостям їх самовизначенню й входженню в професію: акторську, режисерську тощо.

Одним з відомих нині українських театральних режисерів, що фактично, сформувався як постановник саме в аматорському театрі, був Едуард Маркович Митницький, котрий більше чверті століття очолював Київський Академічний театр драми і комедії на лівому березі Дніпра. Режисер, у постановці якого в народних театрах в 1953 – 1972 роках (зокрема театрах заводу «Більшовик», Бориспільського будинку культури, Дарницького Палацу культури залізничників, Театральній студії педагогічного інституту ім. М. Горького) з'явилось близько двадцяти вистав, був переконаний, що естетичний світ резервує в людині необхідний мінімум емоційної енергії, так званий своєрідний акумулятор, що розумно запрограмований природою. Загальнокультурний статус людини, на думку художника сцени, визначає якість і характер експлуатації цієї енергії, а також вкладання емоційної енергії у літературу, музику, живопис, театр, колекціонування. Проте все це, не завжди задовольняє енергетичні процеси людини, зазвичай вона обирає для себе щось більш конкретне. Постановник неодноразово наголошував, що сприймання культури стає не достатньо, тому людина прагне до

авторства, виділення її як особистості, тобто до процесу безпосередньої самостійності художньої творчості; композиторська, прикладна, пісенна, театральна, композиторська, танцювальна, народна творчість – простір виявлення художнього світу людини, резерв невичерпного, безмежного культурного руху [1, 56].

Розглядаючи проблему аматорських театрів, природно постає запитання, пов'язане з рушійною силою, котра приводить людину як в художній колектив, так і в аматорський театр зокрема? Зрозуміло, що молода людина опиняється в самодіяльному колективі не лише заради підвищення загальнокультурного рівня, а передовсім заради акторства, прагнення яскравого самовираження й усвідомленого самовираження. Разом з тим режисер (й аматорського театру зокрема), як вважає Е. Митницький, – не може не бути в епіцентрі життєвого катаклізму. Оскільки життя людства невичерпне, на кожному витку історії воно видозмінюється. І це мають вивчати не тільки соціологи, але й художники. Тому театр, напевно, все ж має розщеплювати людину і висувати такі художні комбінації, щоб найпрагматичнішого і найбездушнішого примусити відчувати, про людську будову [3].

Зазвичай в аматорському театрі відбувається природний відбір акторів. При цьому непрофесійні виконавці, котрі не отримали головної ролі, часом розчаровані своєю поразкою намагаються віднайти нові самодіяльні колективи, щоби реалізувати свій творчий акторський потенціал. Таке ж відбувається й з постановниками в самодіяльних колективах, що прагнуть у своєму саморозвитку рухатись вперед, експериментувати. Адже режисура – це унікальна енциклопедична професія. У ній, був впевнений Е. Митницький, поєдналося все: література, і музика, і хореографія, і політика, і соціологія. Постановник був свідомий того, що якщо творча людина, котра прагне опанувати режисерською професією хоча б в чомусь з названих категорій не компетентна, або хоч би не вгадує, не здогадується, їй важко в цій професії [3].

Своєю чергою відзначимо, що суті самодіяльний театр слід розглядати як своєрідний «добровільний художній союз людей, які ніколи не зіграли ще жодної ролі, бо тільки но прийшли в колектив, але які відчувають потребу в творчості, і мають потяг до трансформації своєї емоційної енергії» [1,57], а отже в даному випадку відкривається сам факт роботи в колективі художників-творців, а не те яким чином зіграні ролі в п'єсах. Показово, що займаючись в аматорському театрі, учасники колективу стикаються зі своєрідним освоєнням драматургії, аналізуючи котру дізнаються про нове. Для них постають питання у вирішенні нестандартних ситуацій, аналізі запропонованих обставин, аматори починають роздумувати над конфліктними, нестандартними ситуаціями, розбиратися у характерах, при цьому осягаючи безконечні комбінації життєвих шляхів у літературних творах стикаються з сильними пристрастями, розмаїттям і парадоксами вчинків. У такий спосіб вони оволодівають додатковою сумою життєвих уявлень, збагачуються пізнаннями самого себе, знайомляться зі своїми слабкими і сильними сторонами.

Слід вказати, що процес втілення постановки на сцені – досить складний як в самодіяльному, так і професійному театрі, де репетиція фактично виступає практичним продовженням знайомства виконавців-аматорів з оточуючим світом – людьми, історією, політикою, звичаями, характерами. При цьому для акторів-аматорів така сценічна робота з драматургічним матеріалом є своєрідною втіхою, що лежить за межами їх основної професії, але разом з тим постає унікальним творчим процесом, який має значну притягальну силу, де велика відповідальність лежить на режисерові, що об'єднуючи в творчий колектив однодумців, має бути частиною «свого часу, а загальнолюдські проблеми ставали би його проблемами, були би джерелом його творчості» [2]

У висновках нашого дослідження відзначимо, що актор-аматор є носієм своєрідного художньо-естетичного комплексу, який по суті ніде не вивчає, і мимоволі поширює його на інших людей. Отож, режисерові аматорського театру необхідно мати певний педагогічний такт, а ключовим моментом його діяльності має стати ставлення постановника до того, задля чого прийшов до колективу кожен аматор, кожен учасник [1,58].

Література:

1. Митницький Е.М. Ми живемо, доки любимо. Київ: Видав буд. «Максимум»,1998. 251с.

2. Подлужная А. Об особенностях режиссерской школы Эдуарда Митницкого. URL: https://day.kyiv.ua/ru/article/kultura/

3. Чужинова І. Едуард Митницький: Режисура – енциклопедична професія. URL: https://day.kyiv. ua/uk/article/ kultura/.

Матушенко Валерій, *кандидат культурології,*
професор НАКККіМ

ОСНОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕСТРАДНОГО МИСТЕЦТВА

Серед основних особливостей естради можна виокремити, *по-перше, – культ виконавця,* тобто, в театрі в основі лежить спектакль, який готує театральна трупа на чолі з режисером. В цій трупі може бути два чи три рівноцінних склади. Справа в тому, що з цим спектаклем театр може гастролювати і хтось з артистів може захворіти, не поїхати, зірвати голос. І у режисера завжди повинна бути заміна. На естраді такого не може бути апріорі. Якщо, приміром, Руслана Лижичко чи Андрій Данилко готують на концерт свою нову пісню, то крім них цю пісню не виконає ніхто. Так само і виступи усіх інших естрадних артистів. Готується спеціальний номер чи кліп під конкретного артиста, де задіяні режисери, артисти різних жанрів, балет, хореографи, гримери, звукорежисери, світлотехніки та інші спеціалісти, щоб зробити якісний професійний продукт під назвою концертний номер, з яким на естраді може виступити тільки конкретний артист чи група артистів.

Друга особливість естради – це *лаконізм*. Це стосується буквально всіх аспектів естрадного мистецтва. Лаконічними мають бути і авторський твір, і акторські засоби його втілення, і компоненти зовнішнього оформлення концертного номера, а також умови демонстрації естрадного номера.

Третя особливість – *концентрованість*. Всі концертні номери, що виконуються на естраді, повинні мати свою тему, проблему, ідею, надзавдання, чітко виражену позицію автора, стислість (номер триває, приблизно 4-10 хвилин, в залежності від жанру), завершеність змісту і концентрованість. Концентрація виражальних засобів на естраді сьогодні повністю повинна відповідати духу, темпам, ритмам часу.

Четверта особливість – *актуальність*. Якщо номер чітко та професійно зроблений, але він абсолютно випадає з контексту вимог сучасності, то люди не будуть на це дивитися. Концертний номер – це витвір актуального художнього мистецтва. А люди хочуть бачити, розуміти, співчувати, сміятися, плакати саме в цей час і на дану тематику.

П’ята особливість – у сучасному естрадному концерті можуть приймати участь *представники усіх видів та жанрів мистецтва* (співаки, танцюристи, гумористи, клоуни, циркові артисти, фокусники, номери з тваринами тощо).

Шоста особливість естради – *святковість*. З самого початку естрада розвивалася як мистецтво вуличного святкового дозвілля. Тому естрадні жанри схильні до екстравагантності, різноманітності, святковості, різноплановості, гумористичності.

Сьома особливість – всі естрадні концерти, програми, фестивалі *завжди присвячені якійсь конкретній події*, наприклад, день гумору, свято пісні, день працівників культури, день театру і т.д.

Восьма особливість естради – у кожній естрадній програмі, святі, концерті відбувається *процес змагальності номерів*. Кожен номер ніби відстоює своє право перед глядачем на особливе ставлення і чудове сприйняття, а також на право називатися естрадним, сюжетним, професійним. І за всім цим стоять на естраді люди, які дивляться і моментально дають оцінку своїми оплесками, хай умовно, але дають. І коли артист працює над своїм номером цілий рік, а глядачі бурхливими оплесками нагороджують цього артиста, то це серйозний поштовх для режисера, що номер цікавий, професійний, витримав конкуренцію з іншими номерами і в наступному концерті його можна ставити як кульмінаційний. А відомі артисти теж люди. І вони між собою сперечаються якраз засобами своєї творчості. А хто назбирає найбільше оплесків та квітів, той справедливо вважається найкращим і найпрофесійнішим.

Ну, і дев’ята, дуже важлива особливість естрадного мистецтва – це *присутність ведучого чи конферансьє* естрадного концерта, свята, фестивалю. Цей артист є з’єднуючим фактором, стрижнем програми, без якого не можна уявити справжній професійний концерт. Ведучий повинен бути спеціалістом своєї справи, вміти знайти контакт з публікою, оголошувати концертні номери, заповнювати паузи, спілкуватися з глядачами, відповідати на їх питання, проявляти імпровізацію та вести концерт в правильному руслі до фіналу. Якщо ведучий виконав своє важке , але дуже важливе

творче завдання, то естрадна програма відбулася на високому рівні і усі хвалять ведучого та артистів, які приймали участь безпосередньо у концерті, а якщо щось не сподобалось, то висловлюють своє обурення головному режисеру.

Література:

1. Матушенко В.Б. Розвиток естрадного мистецтва: підручник. Київ:НАКККіМ, 2016. 200 с.

Бугаєнко Марина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ІНТЕРАКТИВНА ВИСТАВА ЯК ФОРМА СЦЕНІЧНОЇ ПОСТАНОВКИ

Ми живемо в особливі часи. З одного боку, сучасна епоха несе нам нові перспективи і нове натхнення, а з іншого – кидає виклик. Відбувається переоцінка цінностей. Людство знайшло скарб світового значення – цінностей гуманізму, які переможно проходять через усі бурі земних потрясінь.

Сьогодні в Україні зростає роль морального виховання підростаючого покоління. У Законі України «Про освіту» метою освіти визначено всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу.

З огляду на вищезазначене, розвиток людства повинен супроводжуватися духовним розвитком свого роду, моральним відродженням. Г. Сковорода говорив про те, що найбільш шкідливим є людина, котра володіє знаннями найскладніших наук, але не має доброго серця. Моральна культура – це і є моральні звички, що стали емоційним стражем поведінки утвердити в кожній дитині доброту, сердечність, чуйність, готовність прийти іншому на допомогу, чутливість до всього живого і красивого – елементарна істина шкільного виховання, з якої починається національна школа.

На сьогоднішній день, одним із культурних і мистецьких напрямів виховання підростаючого покоління є інтерактивна вистава – одна з форм сценічної постановки.

Цей жанр обов'язково передбачає включення в події вистави глядачів, які цю постановку дивляться (interaction - взаємодія). Хід інтерактивної вистави потребує від глядача певних дій (можливо, голосування, відповідей на поставлені питання, виконання певної ролі в окремих сценах). Така вистава, як і всі інші, повинна розвиватися за чітким сюжетом, що передбачає й участь глядача, який, можливо, впливає на розвиток самого сюжету.

Інтерактивна вистава є дуже ефективною в соціальному театрі, бо створює відчуття задіяності усіх присутніх в аудиторії, дає можливість не тільки акторам театру, а і глядачеві брати участь у продуктивній діяльності.

Інтерактивна вистава для дітей – явище дуже захоплююче. У такій виставі немає глядачів тому, що всі є безпосередніми учасниками театралізованої постановки. Під час інтерактивної вистави діти без підготовки співають, танцюють, слухають живу гру на музичних інструментах, відгадують загадки, змагаються з казковими героями у командній грі, виконують музичні та ритмічні забавки тощо. Така атмосфера спонукає дітей до дружньої співпраці та розвиває у них комунікабельність. Інтерактивність – форма не нова, її вже давно використовують класичні театри задля включення глядачів у процес, у дію під час усіляких святкувань. Особливо цікава інтерактивність дітям, але й у казкових подіях беруть участь також їхні батьки. Для дітей немає театру у дорослому розумінні. Діти щирі у своїй грі, грають невимушено, експромтом. Для дітей театр – це життя, а життя – це гра. І це не метафора, оскільки саме гра для них є способом пізнання світу. Слідкуючи за різними характерами героїв вистави, діти мають змогу пізнавати різні моделі відносин та поведінки. Під час вистави діти фантазують та вигадують, вони перебувають у вільній, невимушеній атмосфері і це сприяє творчому розкриттю кожної дитини.На усіх етапах творчого процесу дитячу аудиторію повсякчас підхвалюють казкові герої. Специфіка інтерактивного театру – зворотній зв'язок: ти – мені, я – тобі. У виставі традиційно використовується інтерактив з глядачами.

Це надає їй жвавості й, водночас, творчої напруги: що скільки б разів ви не брали участь у виставі, завжди буде цікаво, а якщо додати ще й дружню атмосферу, відкритість, щирість та доброзичливість – неповторна казка неодмінно оживатиме знову і знову! Для декого вистава інтерактивного театру взагалі може мати вигляд хаосу. Дивлячись, як усе сприймати. Але дітям дуже подобається виступати експромтом.

Усі казкові дії у виставі інтерактивного театру обов'язково поєднуються з різними видами мистецтва – це хореографічні виступи, циркові номери і музика. Музика якраз та складова, без якої не може існувати цей театр. Йдеться про високу музику, а не сучасні естрадні композиції, які нерідко використовують на дитячих святах аби задовольнити смаки невибагливих батьків. Це має бути музика, яка не лишить байдужими ані дітей, ані дорослих. Тому навмисно обирається «казкове» музичне оформлення до інтерактивних вистав. Музична складова вистави є одним з головних її компонентів. Вона несе змістовне і сюжетне навантаження, утримує ритм, динаміку, дає дітям змогу ритмічно відтворювати мелодію та підхоплювати спів. Зрештою, музика в інтерактивному театрі дарує дітям радість, розвиває їхні творчі здібності, виховує їхній естетичний смак.

Отож, інтерактивний театр слід розглядати як спосіб природного спілкування з дітьми. Окрім того, інтерактивні вистави надзвичайно зближують глядачів між собою, навчають взаєморозумінню, підтримці, виховують почуття довіри, співчуття, взаємодопомогу, радість від спілкування. І саме у такій атмосфері панує повноцінне відчуття свободи та творчості.

***Література*:**

1. Пантюк М., Стахів Л. Інтерактивне навчання молодших школярів у контексті інтеграції науки і практики // Актуальні питання гуманітарних наук . 2015. 304 с.
2. Форми та методи інтерактивного навчання // Початкова шк. 2005. 25-27 с.
3. Пометун О., Пироженко Л. Інтерактивні технології навчання: теорія і практика. Київ: Вища шк., 2002. 136 с.

Ільченко Іван, *студент магістратури НАКККіМ*

ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ БЮДЖЕТНОЇ СТУДІЇ ЗВУКОЗАПИСУ

Актуальність даного дослідження полягає у зростанні попиту на створення авторського музичного продукту для слухачів. Побудова бюджетної студії з мінімальною кількістю витрат на її акустичне оздоблення та обладнання є основною метою для виконання практичного творчого завдання звукорежисером – після побудови приміщення та встановлення звукотехнічної апаратури та обладнання, здійснити запис, накопичення звукового матеріалу з подальшою його обробкою.

Головним чином, обладнання студій звукозапису складається з пристроїв, здатних вловити звук (мікрофони, звукознімачі), обробити звук (мікшери, сигнальні процесори, компресори, комп'ютерні плагіни і т.п.) записати звук (DAT-магнітофони, жорсткі диски, аналогові звукозаписні пристрої) і відтворити звук (студійні монітори, студійна акустика). Важливим аспектом є наявність обладнання, здатного якісно записувати, обробляти і відтворювати звуковий сигнал з мінімальним спотворенням.

На світових студіях з часом сформувалася певна тенденція серед звукорежисерів, яка стосується певних брендів і моделей обладнання, які найчастіше використовуються серед професіоналів.

Пропонуємо розглянути основні типи студійних мікрофонів

Основними типами вокальних мікрофонів на студіях виступають конденсаторні мікрофони з великою мембраною і великою чутливістю.

Конденсаторний мікрофон являє собою конденсатор, одна з пластин якого виконана з еластичного матеріалу (зазвичай полімерна плівка з нанесеною металізацією), яка при звукових коливаннях змінює ємність конденсатора. Якщо конденсатор заряджений, то зміна ємності конденсатора приводить до зміни напруги, яка і є корисним сигналом з мікрофону. Для роботи

такого мікрофона між пластинами має бути присутня поляризуюча напруга 60-80 вольт у більш старих мікрофонах, а в моделях після 60-70х років 48 вольт. Така напруга живлення на сьогоднішній день є стандартом. Саме з таким фантомним живленням випускаються передпідсилювачі і звукові карти. Конденсаторний мікрофон має й дуже високий вихідний опір. У зв'язку з цим, в безпосередній близькості до мікрофона (всередині його корпусу) розташовують передпідсилювач з високим (порядку 1 ГОм) вхідним опором, виконаний на електронній лампі або польовому транзисторі. Як правило, напруга для поляризації живлення передпідсилювача подається по сигнальним проводам (фантомне живлення).

Конденсаторні мікрофони характеризуються досить рівномірною амплітудно-частотною характеристикою і забезпечують високоякісне захоплення звуку, в зв'язку із чим широко використовуються в студіях звукозапису, на радіо і телебаченні. Недоліками їх є висока вартість, необхідність у зовнішньому живленні і висока чутливість до ударів і кліматичних впливів (вологості повітря і перепадів температури), що не дозволяє використовувати їх в польових умовах. Серед таких мікрофонів найпоширенішою є модель Neumann U 87.

Отже, для роботи в сучасній бюджетній домашній студії використовуються конденсаторні мікрофони, такі як Audio-Technica AT2020, Marshall Electronics MXL 770, Marshall Electronics MXL e67G та мікрофон більш дорогого сегменту Blue Microphones Spark. Перевага конденсаторних мікрофонів полягає в більшій чутливості та більшому діапазоні частот, за рахунок цього залишаються всі тонкощі звуку, тембр. Недоліком таких мікрофонів є потреба фантомного живленні (48 вольт), а також у добре обладнаному приміщені, з мінімальною кількістю шумів. Звукорежисери добирають і динамічні мікрофони, такі як Shure SM58, Shure SM57, AKG TPS D3700, Shure 55SHSERIES. Переваги динамічних мікрофонів - простота, можливість записувати дуже гучні звуки, інструменти. Вони не потребують живлення та більш стійкі до механічного впливу, шумових та акустичних завад.

Кришталь Олександр, *студент магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ МУЗИЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТЕАТРАЛЬНИХ ВИСТАВ

У процесі створення музичного оформлення театральних вистав, завжди постає питання: яке потрібно використати технічне обладнання та програмне забезпечення для реалізації задуму режисера постановника та композитора вистави?

Останнім часом все частіше стали використовуватись цифрові аудіо робочі станції, які значно полегшують творчий процес і роботу звукорежисера над театральною виставою та її проведенням. Цифрова аудіо робоча станція (Digital Audio Workstation, DAW) – це інтегрована комп'ютерна система запису, що пропонує наступний функціонал: багатоканальний запис, цифрову обробку сигналу, наявність плагінів віртуальних інструментів, редагування, мікшування, написання та MIDI редагування, інтеграцію з периферійними апаратними пристроями (контролерами, аудіо і MIDI інтерфейсами), синхронізацію з відео, тощо.

Найбільш популярними DAW на сьогодні вважаються: *FL Studio, Ableton Live, Cubase, Logic Pro, Pro Tools* (згідно даних веб-сайтів студій звукозапису, власного спілкування, тощо). Враховуючи, що з перелічених п'яти DAW, тільки Ableton Live, має функцію запису аудіо та MIDI треків з будь якого джерела, та ключову відмінність від інших – працює в двох режимах: «Arrangerment» (створення, аранжування, зведення, тощо) та «Session» (виступ в реальному часі, імпровізація, діджеінг), саме тому його використання дозволяє звукорежисеру не тільки створювати музичний матеріал, а й одразу його випробовувати в глядацькій залі з одночасним внесенням необхідних корегувань в музичний проект (сесію).

Версія Ableton Live 10 (2018) містить серйозні зміни в робочому просторі та суттєве розширення функціональних можливостей, які полегшують роботу над створенням музичного образу та проведення вистави. Ось деякі з них. Тепер платформа для створення інструментів *Max*

для *Live* повністю вбудована *Ableton Live 10*, завдяки цьому завантаження всіх пристроїв *Max* відбувається набагато швидше, використовуючи менше ресурсів пам'яті та процесорів, і практично не має відмінностей від «рідних» інструментів. Нові можливості аудіо-маршрутизації дозволяють використовувати багатоканальні налаштування колонок, що дуже зручно під час проведення вистав, особливо на гастрольних майданчиках.

Також в новій версії повністю оновлена та реорганізована, для швидкого доступу до необхідних файлів, стандартна бібліотека звуків: з'явились нові пакети та колекції (*Essential Instruments, Curated Collections*). Доданий новий інструмент (*Wavetable*) разом з 3-ма новими вбудованими ефектами (*Echo, Drum Buss, Pedal*).

MIDI-редактор, браузер та мікшер стали набагато зручнішими. Поява нової функції *Capture* (автоматичне збереження з одночасним записом в MIDI-кліп), дає змогу швидко перетворити отримані пропозиції чи зауваження від режисера постановника (композитора, або акторів) під час репетиційного процесу, в музику, або звуковий ефект. Покращення контролю на сумісність в композиції тепер забезпечує можливість відображення змісту двох та більше сесій на екрані MIDI-редактора. Поліпшення на панелі «Вхід/вихід» дозволяють легко підключити та налаштувати зовнішні пристрої. А поява можливості прослуховування звуку в трьох вимірах – це високотехнологічний прорив серед інших DAW. Можливість імпровізації в режимі реального часу та одночасного відтворення просторових звукових інструментів з ефектом занурення в середовище («віртуальна реальність») відкриває нові можливості для реалізації самих сміливих задумів творчої групи.

Даний аналіз проведений з метою допомоги звукорежисерам та режисерам постановникам в частині обрання якісних програм для забезпечення процесу створення музичного оформлення вистав та подальшого їх проведення. В результаті виявлено особливості деяких цифрових аудіо робочих станцій, що можуть застосовуватись як для проведення театральних вистав, так і для створення специфічного музичного образу вистави.

Література:

1. Коваленко О.М. Особливості використання цифрових робочих аудіостанцій, призначених для створення електронної музики в умовах неформальної освіти дорослих. // Інформаційні технології і засоби навчання, Електронне наукове фахове видання. Київ. 2016. Т.53. № 3. С. 178.

2. Downloads. Singularities by Ableton: a free Pack for all Live 10 users · News. Ableton Link – the latest platforms, products, and possibilities. URL:https://www.ableton.com/en/blog/categories/news/

3. Music producers and performers have waited for a new update to Ableton Live, and today Ableton Live 10 has been officially announced. URL: https://djtechtools.com/2017/11/02/ableton-live-10-announced-whats-new/

4. Wikipedia offers a good basic technical overview. URL:https://github.com/EnvelopSound/EnvelopForLive/wiki/System-Overview

Мінялук Валентина, *студентка магістратури НАКККіМ*

УДОСКОНАЛЕННЯ МАСОВИХ ЗАХОДІВ СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА У ДИТЯЧИХ ДОШКІЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Дошкільна освіта є найважливішою сферою реалізації прав людини, забезпеченні рівних можливостей у отриманні якісної освіти. Адже основа майбутньої особистості закладається у ранньому віці. Знання та уміння, набуті в дитинстві, – це коріння, і чим воно міцніше, тим впевненіше почувається людина в житті. Саме тому постійно триває пошук шляхів творчого зростання дітей з урахуванням їх індивідуальних особливостей та можливостей рости здоровими, вільними та щасливими.

Сучасні науковці все більше схиляються до необхідності повернення суспільства до витоків духовності, що сприятиме формуванню духовно зрілої і цілісної особистості, дозволить молодому поколінню засвоїти християнські традиції і моральні норми українського народу.

Серед різноманітних засобів формування художньо-естетичного світогляду важливе місце належить мистецтву. Питання його впливу на розвиток особистості ніколи не випадали з поля зору тих, що вивчають проблеми освіти молоді. Як специфічна форма суспільної свідомості, що в концентрованому вигляді відображає цінності минулого і сучасного, музика узагальнює багатовіковий досвід духовно-емоційного ставлення до світу і допомагає людині глибше пізнати себе, свій внутрішній світ і матеріальну діяльність.

Методика виховних занять у найближчому навчальному році у досліджуваному ДНЗ має бути спрямована на вирішення таких завдань:

– продовження активізації роботи щодо реалізації вимог Базової програми «Я у Світі»;

– систематизація роботи з мовленнєвого розвитку та комунікативних навичок дітей за освітньою лінією «Мовлення дитини»;

– продовження впровадження здоров'язберігаючих технологій;

– удосконалення навчально-виховного процесу шляхом впровадження інформаційно-комунікаційних технологій.

Можна запропонувати такий розподіл занять на тиждень у Дмитрівському ДНЗ «Дзвіночок» відповідно до програмам «Українське дошкілля» і «Впевнений старт»:

– 4 заняття проводяться на свіжому повітрі під час денної прогулянки (основи здоров'я та безпека життєдіяльності в різних режимних моментах), завдання фізичного розвитку реалізуються також під час проведення рухливих ігор, пішохідних переходів;

– завдання мовленнєвого розвитку реалізуються під час групових занять, а також інтегруються у всі види діяльності дітей дошкільного віку;

– завдання пізнавального розвитку (логіко-математична складова) реалізується як під час окремих групових занять, так і у всіх видах діяльності. Також інтегруються у групові заняття завдання художньо-естетичного розвитку (аплікація), формування навичок конструювання. Для дітей 3-го року життя завдання інтегруються у всі види діяльності. Економічна складова пізнавальної лінії розвитку реалізується під час групових занять та інтегрується у різні види діяльності;

– завдання художньо-естетичного розвитку також реалізуються під час театралізованої діяльності, роботи з дитячою книжкою;

– завдання соціально-морального розвитку інтегруються у всі види діяльності дітей дошкільного віку: ігрову, трудову, спілкування та інші;

– завдання креативного розвитку інтегруються у всі види діяльності дітей;

– ігрова діяльність реалізується у всі види діяльності дітей;

– трудова діяльність проводиться та реалізується в різних формах роботи.

Крім того, з метою визначення та вдосконалення роботи з мовленнєвого розвитку та комунікативних навичок дітей за освітньою лінією «Мовлення дитини» має бути здійснено тематичний контроль «Компетентність дошкільника у мовленнєвій діяльності», що дасть змогу розкрити взаємозв'язок між результатами діяльності закладу з даного питання, факторами і умовами їхнього формування.

Для реалізації завдань екологічної освіти у досліджуваному дитячому садку та підвищення якості екологічної підготовки дошкільників викладачі, поряд із поширеними формами й методами навчання, повинні використовувати і нові технології (комп'ютерні ігри, моделювання, відображення явищ за допомогою схем, карт, діаграм; екологічні стежки, фермерські господарства, створення міні дендро і фітопарків). Також велике значення могло б надаватися обігруванню відповідних театралізованих сценок на екологічну тематику, створенню живих куточків, організації зелених насаджень [3].

Підводячи підсумок зазначимо, що для здійснення еколого-виховної діяльності викладачі досліджуваного дитячого садку могли б задіювати такі форми сценічного мистецтва:

- театралізоване читання уривків про природу з художньої прози;
- театралізовані географічні ігри;
- організація і проведення природоохоронних акцій, конкурсів;
- використання естетичних вражень, які виникли у туристичних походах під час краєзнавчої роботи.

Література:

1. Криштоф С. Д. Духовно-моральне виховання дітей в історії вітчизняної педагогічної Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків: Іванченко І. С. [вид.], 2013. 358 с.
2. Ворожбіт В. В. Духовно-моральне виховання дітей: історія і сучасні тенденції. Харків: Основа, 2011. 327 с.
3. Полякова Я. В. Теорія і практика екологічного виховання учнівської молоді у Великій Британії (етнопедагогічний аспект) : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07. Луганськ, 2005. 23 с.

Моторний Андрій, *студент магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ АРАНЖУВАННЯ ТА МІКШУВАННЯ МУЗИЧНИХ ТВОРІВ

Сучасний стан музичної культури характеризується, з одного боку, розширенням технічних можливостей створення і трансляції музичних творів, а з іншого, – з кризовими тенденціями в галузі культури у більшості регіонів світу.

З другої половини XX століття саме музика, порівняно з іншими видами мистецтва, стає лідером за частотою і масштабами трансляції на каналах електронних ЗМІ, за обсягами випуску і продажів музичних записів на компакт-дисках, за чисельним складом аудиторії тощо. У сформованій ситуації в медіа-простір легко проникає музика, що відноситься до масової культури з її спрощеними формами і виразними засобами. Музична практика сучасного суспільства характеризується складними процесами обміну, як народними, так і професійними зразками музичної творчості. Таким чином, в сучасному звуко-музичному середовищі співіснують різні форми музичної активності.

В сучасних наукових дослідженнях, з точки зору музичної критики, зазначається, що існують тенденції поширення популярних видів і жанрів музичного мистецтва серед різних груп населення. Сучасна музика аналізується в якості складової частини медійної культури, нерідко розглядається зв'язок, який існує між техніко-технологічними аспектами музичного середовища та психологією людини, відстежується стан фольклорних форм, богослужбової музики, класичної спадщини, музично-естетичних новацій та ін. Але дослідження сучасних аспектів музичної культури, поки що не призвело до утворення цілісної динамічної моделі, за допомогою якої можна було б більш глибоко вивчати мінливість сучасної музичної культури, її інформаційної структур з наукової точки зору.

Вагому роль у створенні сучасного музичного продукту відіграє робота звукорежисера, аранжувальника, майстерінг – інженера, дизайнера мультимедіа. Сьогодні існує безліч технік та прийомів звукорежисерської роботи, і всі вони безумовно впливають на фінальний результат. Велика кількість композиторів, аранжувальників та звукорежисерів не лише вітчизняних, а й з інших країн світу, експериментують з технічними та творчими засобами: поєднують різноманітні стилі, техніки запису та мікшування (зведення фонограм).

Разом з тим, на сьогоднішній день, фактично немає наукових досліджень з питань взаємодії творчих та технічних засобів в галузі звукорежисури, досліджень впливу різноманітних прийомів запису та зведення музичного матеріалу на формування певного стилю, поєднання технік різних «шкіл зведення», а також проходження всіх етапів виробництва фонограм («продакшн»). Виникла потреба у теоретичних узагальненнях інформаційно-семантичних особливостей музичних систем, жанрів та стилів, їхнього синтезу в умовах широкого поширення стандартів масової культури.

Дослідження цієї теми зумовлене її значимістю для професійного музичного середовища: композиторів, музикантів-виконавців, критиків, музикознавців, звукорежисерів, викладачів музичних закладів, які потребують з професійної точки зору більш глибокого розуміння сучасних тенденцій в мистецтві та культурі.

В Україні не приділяється належної уваги процесам, які визначають взаємодію творчих та технічних засобів створення музичних композицій. Звідси – невизначеність в уявленнях теоретиків, критиків, музикантів щодо різноманіття складності нових явищ музичного життя.

Сучасне прискорення процесу глобалізації суспільства – планетарного поширення комунікативних процесів, призводить до суперечливих результатів, які обумовлені багатозначністю, багаторівневістю, плюралістичністю та динамізмом музичного простору, що потребує досліджень з наукової точки зору.

Література:

1. Арановский М. Музыкальный текст. Структура и свойства. Москва: Композитор, 1998. 344 с.
2. Арановский М. Проблемы стиля // Сов. музыка. 1982. № 5. С. 98–101.
3. Гибсон Д. Искусство сведения. Визуальное руководство по звукозаписи и продюсированию / Под ред. Г. Петерсена, Пер. Чекулаев Е., 2007. 162 с.

***Новіков Олександр**, студент магістратури НАКККіМ*

СЦЕНІЧНЕ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО: ТЕХНОЛОГІЯ 3D-ВІДЕОМЕППІНГ

Метою сценічної і аудіовізуальної творчості є створення художнього образу, який включає не лише образ – характер аудіовізуального твору, але і образ твору, образ кожного епізоду, сцени і скрізь зображальність (візуальність) переходить в образність. Найскладніше в процесі аудіовізуальної творчості – це процес створення кино-, теле-, відеофільму, який включає декілька етапів: від задуму до сценарію, розробку режисерського сценарію, у який режисер привносить своє бачення світу, свій життєвий досвід, в якому він втілює художню концепцію фільму, підбір знімальної групи, куди входять оператор, художник, композитор, звукорежисер, актери – словом, всі ті, хто створює аудіовізуальний образ фільму.

Відеотехнології володіють важливою специфічною особливістю існувати у формі екранної мови, пов'язаної з навиками аудіовізуального спілкування на основі динаміки інформації, змінного просторового і тимчасового виміру

Технічний прогрес XX століття наклав свій відбиток на всі сторони життя і свідомості людства, не залишивши осторонь культуру і мистецтво. Досягнення в цій сфері розширюють можливості традиційних напрямів творчості і сприяють появі нового вигляду мистецтва, нових жанрів, інтегруючих в собі можливості нових інформаційних технологій. Сучасна інтегрована художня культура із застосуванням нових засобів і технологій (аудіовізуальних, телекомунікаційних мультимедійних), здатна надавати сильну дію на формування масової культури, її смаків і орієнтацій.

З'являється новий напрям в аудіовізуальному і сценічному мистецтві, такий як 3D-відеомеппінг – 3D-проєкція на фізичний об'єкт довкілля з врахуванням його геометрії і місця розташування в просторі. Єдина вимога – під час перегляду людина має знаходитися у визначеному місці. Проектувати зображення можна на будівлі і інші крупні об'єкти. За допомогою відеомеппінга, найчастіше, створюються проекції на будівлі і інші архітектурні об'єкти, на приміщення, а також на малі

Для створення відеомапінга необхідна робота відразу декількох творчих професій: сценариста, режисера, звукорежисера і медіахудожника. По фотографії об'єкту, на яке проектуватиметься зображення, виконується тривимірна модель, яка використовуватиметься в процесі створення повномасштабної проекції. Створений проект перетворення об'єкту обробляється на спеціальному технічному і програмному устаткуванні. Звуковий супровід забезпечується акустичною системою, потужність якої розраховується із специфіки заходу, кількості глядачів і.т.д. Цифрові проектори високої яскравості створюють на поверхні об'єкту. Основні технічні обмеження – проекція візуалізується лише в темний час доби або ж у великому затемненому приміщенні. Далі відбувається процес сприйняття безпосередніми глядачами

3D-відеомеппінг відкриває широкі можливості в таких напрямах, як:

- масові мультимедійні і музичні шоу на час проведення урочистих заходів проекції здатні перетворити довкілля в заданій тематиці за допомогою кольору, сценаріїв сприйняття, а так само відтворювати голографічні проекції виконавців;

- дизайнерські рішення – великі можливості інтер'єрних вирішень кольору, узорів, текстури, меблям і др.;

- театральні постановки – візуалізація різних декорацій, атмосфери сюжету, різними вирішеннями дизайну і світла;

- хореографічні етюди – можливість використовувати технологію в мультимедійних інтерактивних хореографічних спектаклях, де інтерактивність досягається за рахунок реагування проектованого зображення на звук і рух на сцені;

- реклама – дана технологія має тенденцію в майбутньому приєднатися до різновидів зовнішньої реклами, стати елементом інформаційного простору міста

3D-відеомеппінг, володіючи чіткою послідовністю дій і етапів створення, методами і засобами підготовки відеопроекційних шоу, відповідає тим особливостям, які пред' являються до технологій, у тому числі інформаційним.

Популярність даної технології зростає, і відповідно поступово сама технологія 3d-відеомеппінга розвивається і упроваджується в культуру сучасного мистецтва/

Підводячи підсумок, можна сказати, що сучасна техніка і аудіовізуальні технології грають важливу культурну роль, даючи серйозний поштовх до розвитку різних форм і видів масового мистецтва; Їх використання приводить до появи нових професій (таких, як звукорежисер, режисер по світлу, відеорежисер і ін.), які поряд з авторами і виконавцями стають повноправними співавторами створюваних музично-художніх творів.

Література:

1. Матеріал з Вікіпедії: Видеомаппинг(3D-mapping). URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Видеомаппинг
2. Н.Б. Кириллова Аудиовизуальные Искусства и Экранные Формы Творчества. 2013. 83 с.
3. Все о видеомаппинг: Video Mapping. URL: http://www.malbred.com/materialy -sayta/video-mapping-video-mepping.html

Порхун Ганна, *студентка магістратури НАКККіМ*

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДРАМАТУРГІЇ І ТЕАТРУ В 20-30-Х РОКАХ ХХ ст.: ТЕАТРАЛЬНА ЦЕНЗУРА

20-ті роки минулого століття охарактеризувались стрімким розвитком усіх сфер культурного життя, зокрема, театрального мистецтва. Так, на обліку Наркомосу України в 1923р. перебувало понад 500 театрів. Слід зазначити, що репертуар цих театральних колективів був доволі різноманітним. Оскільки його формували найкращі твори світової драматургії. Чільне місце у театральному репертуарі зайняли п'єси молодої української драматургії, яку презентували такі майстри слова як: М. Хвильовий, І. Кочерга , М. Куліш та ін.

Театральна цензура того часу була жорстокою. Виконання поставлених радянським урядом завдань потребувало створення спеціального відомства, яке б цілеспрямовано здійснювало охоронно-цензорські функції. З цією метою за ініціативи компартії 1922 р. був започаткований Головліт СРСР. Саме він забезпечував тотальний контроль над усіма, без винятку, творами друку, стежив за випуском кінопродукції, проводив відбір репертуару тощо.

1923р. було запроваджено також Головрепертком, до компетенції якого входили функції з контролю театрів, починаючи від державних академічних та закінчуючи клубними гуртками. Означений орган був покликаний забезпечити, так звану «ліквідацію» недоліків в управлінні театрами та театральною політикою. 1928-1936 рр. комітет діяв у структурі сектору мистецтв Укрголовліту при НКО УСРР. 25квітня 1931 р. комітет оприлюднив директиву «Про порядок видання дозволу на театральні вистави», згідно з якою, жоден театр не мав права на показ тієї чи

іншої вистави без дозволу Сектору мистецтв. Більше того, усі видовищні заклади мали виділяти обов'язково бодай одне місце, для представника Головреперткому та співробітника ДПУ. Паралельно НКО ввів у дію циркуляри «Про керування списком дитячих п'єс» та «Про вимоги до дитячої п'єси», за якими були опубліковані «Вимоги до п'єс для дітей», підготовлені на основі тез ЦК ЛКСМУ. Відповідно до цих документів, головною особливістю драматичної літератури мав стати показ п'єси без захоплення «натуралістичними театральними формами, які прищеплюють дітям пасивне світосприйняття та не збуджують їх активність». Вказувалося, що дитячий театр у своїй роботі мав спиратися на різні агітаційні засоби (зокрема, агітплакати) у боротьбі з натуралізмом і побутовістю.

Невдовзі Вищий репертуарний комітет на сторінках «Бюлетеня НКО» почав публікувати списки дозволених п'єс та тих творів, які, на думку цензорів, слід було переробити. Отже, усі драматичні твори чітко просіювалися на предмет ідеологічних відповідностей нормам часу.

3 жовтня 1931 року у газеті «КОМУНІСТ» світ побачила рецензія на постановку театру «Березіль» драми М. Куліша «Маклена Граса», яку назвали фальшивою, не художньою, не «нашою»! Видатного українського режисера Леся Курбаса звинувачували в намірах «зіштовхнути театр на позицію українських націоналістів», за що 13 грудня рішенням політбюро ЦК КПУ його було позбавлено звання «народного артиста УСРР». Досягнення цензури були вражаючими. Лише протягом 1933 р. було заборонено близько 200 театральних творів, що кваліфікувалися як «націоналістичні твори».

Одночасно, з метою підсилити масову художню роботу, з'явилися ухвалені Вищим репертуарним комітетом при НКО списки рекомендованих творів.

Відповідно до основних положень Головного управління по контролю за видовищами та репертуарами НКО РСФРР від 1934р., Український Головрепетком мав повноваження дозволити або заборонити театральну виставу, музичні та хореографічні твори, естрадні програми тощо. Заїзд та виїзд музичних творів, кінокартин перебував під жорстоким контролем. Вилучали будь-які твори, які мали натяк на агітацію та пропаганду, несли у собі націоналістичний та релігійний фанатизм.

Протягом 1936-1938 рр. найвище політичне керівництво СРСР почало цілеспрямовано знищувати всіх політичних опонентів режиму. Засобами крайнього терору реалізовувалася чистка усіх ланок правління країною. Літо 1937р. було не лише спекотним, тільки по Україні планувалося заарештувати 28 100 осіб та 6 800 чоловік – розстріляти. Окрім, так званих «куркулів» та «кримінальників», під жорстокі репресії потрапили так звані «революціонери», «шкідники», «шпигуни», «націоналісти» і ще багато хто, ті кого влада вважала ворогами.

З метою посилення державного контролю над сферою театральної діяльності був започаткований Комітет у справах мистецтв при РНК УСРР. Означений підрозділ, очолюваний у 1936-1937рр. ініціатором погромних акцій, публіцистом А. Хвилею, брав активну участь в ідеологічних чистках другої половини 30х рр. (наступного року усі твори й цього автора теж потрапили до категорії заборонених).

Отже, ми дізналися, що протягом 20-30х рр. здійснювався жорстокий ідеологічний нагляд за духовним життям суспільства, зокрема у сфері театрального мистецтва, наслідком чого стали істотні втрати в інтелектуальному житті українського народу.

Пригода Євгеній, *студент магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ АКУСТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК СТУДІЇ ЗВУКОЗАПИСУ

У 30 роках ХХ століття в зв'язку з розвитком техніки звукозапису, радіомовлення, кіно і телебачення з'явився новий тип приміщень для запису і обробки звуку. В даний час активно впроваджуються цифрові комп'ютерні методи обробки та передачі звуку. Відповідно змінюються і вимоги до приміщень для його запису й обробки, тобто до студій. Вимоги до акустичних характеристик студій різного призначення та технології їх проектування детально викладені в міжнародних і вітчизняних стандартах, а також численних монографіях і підручниках, серед яких

можна виділити праці всесвітньо відомого дизайнера студій звукозапису Ф. Ньюелла. Сучасні студії включають в себе, як правило, такі приміщення:

• Студійне приміщення, або тон-зал (для виконання і запису музики та мови), в якому розміщуються виконавці та мікрофони;

• Технічна апаратна, в яку виносяться деякі види апаратури, наприклад, стійки з підсилювачами та інше;

• Контрольна кімната, або мікшерна, де встановлені основні види апаратури для запису та обробки звуку (мікшерні пульти, контрольні агрегати, комп'ютерні робочі станції тощо). У цій кімнаті находиться робоче місце звукорежисера.

Всі студії можна класифікувати:

• за призначення застосування – студії звукозапису, радіомовні та телевізійні звукові студії, тон-ательє на кіностудіях і т.д.;

• за видом використовуваного звукового матеріалу для запису - великі музичні, камерні, літературно-драматичні, мовні;

• за кількістю виконавців.

Обсяг студії залежить від виду виконуваної музики і повинен вибиратися в залежності від заданого оптимального часу реверберації і від максимального числа розміщених в ній виконавців. Обсяг на одного виконавця повинен складати приблизно 10-18 м³. Запис музики в студіях малого обсягу неминуче призводить до спотворення тембру за рахунок резонансів приміщення, порушення просторової панорами і балансу гучності. Мінімальний обсяг студії для запису музичних творів повинен становити не менше 200 м³. Великі студії дуже часто робляться непрямокутної форми. Студії середніх і малих розмірів частіше мають прямокутну форму і приблизно відповідають рекомендаціям. Для будь-яких, навіть малих, розмірів студії висота стель повинна бути не нижче 3 м.

Серед об'єктивних параметрів, що визначають звукове поле в студії, найважливішим, безумовно, є оптимальний час реверберації. Цей показник залежить від виду виконуваних програм і від обсягу приміщення: наприклад, для симфонічної музики романтичного стилю – 2-2,2 с, для естрадної і джазової музики 0,9-1,1 с і т.д. Для виконання камерної музики, сольних і хорових програм, виступів невеликих ансамблів оптимум досягається при меншому часі реверберації, ніж для симфонічної музики, і також залежить від обсягу студії.

Для художньої передачі мови оптимальний час реверберації студії з об'ємом 500 м³ виходить в межах 0,7 -0,8 с. У літературно-драматичних студіях час реверберації має бути в межах 0,5- 0,6 с. У мовних студіях для передачі інформаційних програм час реверберації не повинно бути більше 0,4 с.Крім забезпечення оптимального часу реверберації, принципово важливим параметром для студій є «ясність», або «чіткість» для музики (особливо камерної) і розбірливість для мови. Рівень шумів (як внутрішніх, так і зовнішніх) в студії відповідно до міжнародних рекомендацій не повинен перевищувати 20 -30 дБ.

Контрольна кімната – це приміщення, де знаходиться робоче місце звукорежисера, де розміщується обладнання: мікшерний пульт, контрольні агрегати, цифрові звукові станції, процесори обробки звуку, магнітофони та інша додаткова апаратура. Вимоги до акустичних характеристик контрольної кімнати визначаються із параметрів, що забезпечують умови для слухового контролю музичних і мовних записів, які створюються. Крім того, в даний час контрольні кімнати часто використовуються для безпосереднього створення і запису електронної музики. Контрольні кімнати повинні задовольняти наступним основним умовам:

• давати сухе і чисте звучання контрольних агрегатів, тобто не вносити свого забарвлення;

• не вносити суттєвих викривлень у характер реверберацийного процесу студії, де було зроблено запис звуку;

• забезпечувати можливість звукорежисеру почути і сформувати просторовий звуковий образ, який він хоче передати слухачеві;

• бути звуконепроникними (зсередини й зовні) для забезпечення низького рівня шумів;

• дозволяти звукорежисеру бачити музикантів, тобто мати звуконепроникне вікно в студію.

В кінці 80-х років була запропонована конструкція контрольних кімнат із звуковбирними елементами. Ідея їх проектування була запропонована англійцем Т. Хідлі, і реалізована Ф. Ньюеллом в багатьох студіях світу. Вона полягає в наступному: всі поверхні, в напрямку яких випромінюють студійні контрольні агрегати (тобто стеля, задня стіна і бічні стіни), робляться звуковбирними, а поверхні перед звукорежисером – передня стінка і підлога – робляться звуковідбивними. Контрольні кімнати, побудовані за такою концепції, показали можливість отримання в них записів найвищої якості з високою прозорістю звучання, що особливо важливо для цифрового звуку.

Література:

1. Меерзон Б. Я. Акустические основы звукорежиссуры. Оборудование студий. Москва, 1996.
2. Ньюэлл Ф.Р. Project-студии: маленькие студии для великих записей. Пер. с англ. Под ред. Кравченко А. Винница, 2002.

Ремизов Дмитро, *студент магістратури НАКККіМ*

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ШОУ – БІЗНЕСУ

Шоу-бізнес – це велика сфера, що швидко розвивається в умовах світової економіки та приносить багатомільярдні доходи. Привабливість і прибутковість шоу-бізнесу в розвинених країнах світу обумовлені швидким розширенням сфери послуг у цілому, зростаючими потребами населення в послугах індустрії розваг, стрімким розвитком науково-технічного прогресу і технологій, глобалізацією ринків. Поряд з цими тенденціями спостерігається значне збільшення конкуренції в сфері шоу-бізнесу, зростаюче значення системи взаємовідносин зі споживачами, ступеня задоволення їхніх потреб.

Дані обставини пояснюють зростаючий інтерес до шоу-бізнесу і як концепції управління, і як інструменту впливу. Тобто шоу-бізнес це будь-яка комерційна діяльність, пов'язана з індустрією розваг. Це поняття відноситься до всього, що пов'язано з естрадою, театром, кіно, телебаченням і музикою з метою отримання прибутку. Прагнення публіки заповнювати дозвілля всілякими розвагами призвело до того, що люди, які мають відношення до таких сфер як музика, кіно, телебачення стали знаходити все нові і незвичайні види видовищ і виступів, а новини шоу бізнесу стали актуальною частини блоків-новин телебачення, преси.

У вузькому сенсі слова, шоу-бізнесом називають виконання музичних номерів, розрахованих на масову аудиторію. Однак, в більш широкому сенсі слова, до шоу-бізнесу відносять не тільки музичну естраду, а й багато інших близьких до неї за функціональним призначенням види діяльності: кіноіндустрію, видовищні спортивні змагання, розважальні телепередачі, конкурси краси і навіть музичне радіомовлення. Також визначають, що шоу-бізнес – це реклама, оптова торгівля та індустрія музичних та інформаційних програм, виробництво та тиражування фільмів, фонограм і аудіовізуальної продукції, комерційна організація естрадних групових та індивідуальних виступів акторів, співаків, торгівля авторськими і суміжними правами, створення музичних і відео-кліпів, рекламних фільмів, буклетів, афіш, проспектів тощо.

Головним механізмом, що диктує «правила гри» в шоу-бізнесі, є ринок. Інакше кажучи, об'єкт мистецтва виступає як товар; суб'єкт, його сприймає – як споживач. Сприйняття мистецтва перетворюється в товарно-грошовий обмін, регулятором і стимулятором якого служить реклама.

Шоу-бізнес заснований на експлуатації популярності видатних виконавців і артистів («зірок»), на іміджмейкерстві (створення іміджу) як різновиду підприємницької діяльності. Головною особою стає артист, а продюсер (*від англ. produce – вироблятиі*), який не тільки фінансує проекти, а й диктує артистам імідж і репертуар, підбирає технічне забезпечення, веде переговори зі ЗМІ тощо. Виконавці виступають як наймані працівники, підлягають вказівкам підприємця-продюсера і отримують, як правило, не дуже високі гонорари. Успіх будь-якого шоу-проекту залежить від його відповідності мінливим смакам глядачів, тому продюсер повинен не тільки бути фахівцем з інвестицій та рекламі,

але і глибоко розбиратися в масовій культурі, «відчувати глядача».

Підготовка, так званих «зірок», відбувається трьома шляхами. Буває, що талановиті артисти самі підвищують свою майстерність, заробляючи гроші клубними концертами, на свої гроші записують успішний альбом і лише потім підписують контракт з будь-якої відомої фірмою. Інший варіант - це пошук продюсерами потенційно «зіркових» виконавців навмання (в приватних клубах, в записах, що надходять «самопливом» в звукозаписні компанії). Основним варіантом, однак, є конкурс виконавців під конкретний продюсерський проект, коли не виконавець шукає підходящого продюсера, а, навпаки, продюсер вибирає відповідного претендента на роль «зірки». Лише найбільш популярні «зірки» можуть розраховувати замість фіксованого гонорару на відсоток від чистого прибутку при гарантованому мінімумі. В результаті їх доходи досягають піднебесних висот. Так, в 2002 чистий дохід знаменитого рок-музиканта Пола Маккартні перевищив 72 млн. дол. (Він став першим мільярдером серед рок-музикантів), у групи «The Rolling Stones» - 44 млн. дол. У лютому 2003 Пол Маккартні всього лише за один приватний концерт на честь дня народження одного зі своїх шанувальниць отримав 1 млн. доларів (правда, відразу передавши всю суму в благодійну організацію).

У 20 ст. шоу-бізнес рішуче потіснив більш елітарні види мистецтва. Створилася ситуація, коли навіть «високе» мистецтво змушене використовувати досвід шоу-бізнесу: навряд чи будь-яке явище культури, мистецька подія, твір мистецтва і т.д. буде помічено громадськістю та отримає визнання, якщо воно не знайде форму шоу. На думку багатьох діячів від мистецтва, успішно вбудуватися в цю систему, ринкові відносини – єдиний спосіб «врятувати» культуру.

Негативні витрати подібного підходу видно вже сьогодні. Особливо очевидні ці процеси в класичних видах мистецтва. Коло широко відомих його діячів складають тепер не майстри, які творять для знавців і цінителів, а ті, хто отримав схвалення в колективній свідомості, хто позначив свою творчість як товарний бренд. Успіх артиста виявляється забезпечений не тільки (часто – не стільки) його талантом і майстерністю, скільки відповідністю віртуальним культурних цінностей, до переваг самого мистецтва часто не мають ніякого відношення.

Абсолютне домінування в шоу-бізнесі американських (чи, принаймні, англомовних) фірм та артистів веде до того, що він перетворюється в інструмент американізації світової культури.

Література:

1. Жданова Е. І. Управління та економіка в шоу-бізнесі : навч. посіб. І. Е. Жданова, С. В. Іванов, Н. В. Кротова. Київ. : «Корнейчук», 2003. 172 с.

2. Пассман Д. Все о музыкальном бизнесе / Дональд Пассман; Пер. с англ. Москва: Альпина Бизнес. Букс, 2009. 420 с.

***Сагітова Наталія**, студентка магістратури НАКККіМ*

РОЛЬ АНІМАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В СУЧАСНОМУ ТЕАТРАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Досить молодою галуззю науки є анімація, яка сформувалась на перехресті гуманістичної психології, соціальної психіатрії, логотерапії, соціально - культурної діяльності та педагогіки. Театральна анімація є напрямком «пожвавлення», «одухотворення» міжособистісних і міжгрупових соціально-психологічних відносин. У західноєвропейській культурі рух театральних аніматорів пов’язаний з багатьма ідеями Б. Брехта, Дж. Стреллера, П. Брука, Ж. Вілар, Ж.-К. Паншон і практичними досягненнями театру ХХ століття. За визначенням Патріса Паві: «Це поняття, що з’явилося у Франції в процесі децентралізації драматичних театрів і діяльності з розповсюдження культури, охоплює сучасне театральне підприємство і його роль в суспільстві [1, с.16]». Мова йде про просвітництво і агітацію в середовищі, яке перебуває в стороні від культури, або конкретної роботи до і після вистави, що забезпечує його сприйняття. Сучасний простір культури обумовлює створення нових форм театральної анімації, таких як перформанс, флеш-моб, хепенінг та ін. Перформанс – о собливий напрямок вуличного театрального мистецтва, це – поетичні читання і

виконання музичного твору або якийсь публічний жест (фізичний, словесний, поведінковий, соціальний і т.д.). Термін «перформанс» (1970-ті роки) утвердився на місці терміна «хепенінг» (1960-ті роки, США) і став художнім плодом руху хіпі (хоча і спирався на традиції футуризму), а пізніше отримав свій розвиток в естетичному перебігу концептуалізму: мистецтво як спосіб життя, який передував створенню будь-яких матеріальних об'єктів і навіть робив їх зайвими. На відміну від традиційних форм вуличного театру, перформанси – це доля художників. До перформансу можна віднести будь-яку ситуацію, що включає чотири базові елементи: час, місце, тіло художника і відносини художника і глядача. У цьому полягає відмінність перформансу від таких форм образотворчого мистецтва, як картина або скульптура, де твір визначається виставленим об'єктом. Іноді перформансом називають такі традиційні форми художньої діяльності, як театр, танець, музика, циркові виступи і т. П. Однак в сучасному мистецтві термін «перформанс» відноситься до форм авангардного або концептуального мистецтва, спадщини традицій образотворчого мистецтва. Флеш-моб (від англ. Flash Mob - миттєвий натовп) – одна з форм сучасного перформансу, міжнародний рух, що набув поширення завдяки інтернету: в певний час в певному місці раптово, як би випадково, виникає натовп. Цей натовп діє згідно заздалегідь обумовленому плану дії, найчастіше абсурдним і дивним, а після чого зникає так само швидко, як і з'явився. Перший флеш-моб пройшов в Нью-Йорку в травні 2003 року. Учасники флеш-мобу не повинні безпосередньо спілкуватися один з одним ні в період підготовки акції, ні під час її проведення – чіткий план дій обговорюється тільки у віртуальному просторі. При цьому флеш-моб, як і годиться перформансу, не повинен мати ніякого телеологічного (ідеологічного, релігійного, комерційного і т.д.) забарвлення. Хепенінг (англ. Happening) – «спонтанна безсюжетна театральна подія» за участю художників. Такі «мистецькі події» здійснюються або самим художником, або помічниками і глядачами, які діють за його планом; так називають і саме це дійство, або «акцію» (англ. action). Його передумови були нарочито загадкові, «заумні», часом скандальні акції, часто супроводжували публічні виступи митців і поетів футуризму, дадаїзму, групи ОБЕРІГ. Головна ідея - перехід від створення естетичних об'єктів до творів-процесів. Хепенінг побудований на імпровізації і не має, на відміну від перформансу, чіткого сценарію. Головне завдання хепенінгів - зламати стереотип між глядачем і сценою. По духу своєму вони тісно пов'язані з театром абсурду, можуть бути своєрідними мікроспектаклями з елементами сюжетності і складним реквізитом або більш абстрактними ритмічними, динамічними або стабільними композиціями. Основоположніком хепенінгу як уявлення з елементами випадковості є Джон Кейдж, який здійснив перший хепенінг в 1952 році. Ідея хепенінгу пов'язана з принципом глядацької участі, часто має на увазі постановочні демонстрації з метою соціально-політичної пропаганди.

Тому завданням театральної анімації, на думку М.М. Ярошенко, є не тільки вивчення умов, які ведуть до того чи іншого розвитку людини, але і виявлення соціально-культурних технологій і методів, за допомогою яких можна сприяти максимальному розвитку і подоланню негативних тенденцій [2, с.76]. Таким чином, основні напрямки анімаційної роботи пов'язані з подоланням особистісних тенденцій до соціальної дезінтеграції. Мається на увазі профілактика соціально-психологічних відхилень (наприклад, девіантної поведінки підлітків, наркоманії, алкоголізму, суїциду та ін.), реабілітація критичних станів особистості, допомога у творчій самореалізації особистості, зміцнення системи соціально-психологічних відносин особистості і групи, формування ситуацій розвиваючого дозвілля і відпочинку. У контексті соціально-культурної реалізації особистості нами особливо виділені виховні можливості вуличних театрів як реабілітаційного методу корекції критичних станів особистості. До найдавніших видів вуличного мистецтво належить – вуличний театр. Він починається з обрядово – ритуальних дійств, пов'язаних з циклічною темою вмирання і оновлення природи. Ці архаїчні риси живуть, розвиваються і акцентують по – різному в різних видах сучасного вуличного театру. Його головні відмінності це те, що вистави проходять на відкритому просторі (парки, площі, вулиці, і зазвичай, без обладнаної площадки), а також в основі сюжету молитви вмирання, відродження і «переграванння» обрядових дій; нечіткий розподіл на артистів і глядачів, багато інтерактиву, глядачів часто залучують в дію.

Вже досить багато часу я працюю аніматором і зрозуміла, що це не легка професія, але дуже важлива, бо не кожна людина може зробити для дітей свято. Для мене найголовнішим завданням є

те, що аніматор повинен вміти перевтілюватися в різних героїв. При цьому часто потрібне вміння перевтілюватися кілька разів за одне свято і мені дуже приємно, коли в кінці заходу мені вдячні щасливі батьки та їх діти.

Література:

1. Паві П. Словник театру: пров. з фр. Москва .: Прогрес, 1991.

2. Смірнягіна, Т. Театр мрії В'ячеслава Полуніна // Розважальне мистецтво в соціокультурному просторі 90-х років / відп. ред. Е.В. Дуков. СПб .: Изд-во «Дмитро Буланін», 2004.

3. Тарасов, Л. В. Соціокультурна анімація: витоки, традиції, сучасність. Москва: ЦСА «Натхнення», 2008. 132 с.

4. Ярошенко, Н. Н. Соціально-культурної анімація: навчальний посібник. Изд. 2-е, испр. і доп. Москва: МГУКИ, 2005. 126 с.

Семенуха Руслан, *студент магистратруры НАРККиИ*

ЗВУКОРЕЖИССУРА И ЕЁ НАПРАВЛЕНИЯ

Звукорежиссёр (англ. Audio Engineer, Sound Director) – творческая профессия, связанная с созданием звуковых образов, формированием звука, созданием новых звуков, и обработкой звука. Звукорежиссёр, как правило владеет и техническими аспектами профессии - хорошо знает физику звука, разбирается в музыкальной и психоакустике. Эта профессия актуальна в киноиндустрии, производстве музыки, концертной деятельности, театре, радио и мультимедийных приложениях. Не стоит путать профессию звукорежиссера с профессиями звукоинженера и звукооператора. Это разные профессии, как режиссёр, оператор и монтажёр. Основные задачи звукорежиссера производит запись, воспроизведение, обработку, микширование звуковых компонентов с помощью технических средств.

На сегодняшний день сложилось несколько основных направлений или видов звукорежиссуры:

- ♦ концертная звукорежиссура;
- ♦ саунд-дизайн;
- ♦ театральная звукорежиссура;
- ♦ звукорежиссура ТВ и РВ;
- ♦ звукорежиссура кино.

Охарактеризуем особенности каждого их них.

Концертная звукорежиссура. Для неподготовленного человека попытка выстроить концертный звук настолько же затруднительна, как и попытка управлять самолётом – слишком много навыков требуется для адекватной оценки ситуации и принятия правильного решения. Даже опыт студийной работы лишь отчасти помогает успешно смикшировать концерт.

Начиная с 50-х годов XX ст., наблюдается бурное развитие электромузыкальных инструментов, электроакустических способов передачи звучания исполнителей, а также изменение субъективного представления слушателей о сбалансированном звучании. Базовыми критериями концертного звука являются субъективная громкость звучания, спектральный баланс звука, реверберация, разборчивость слов, и ритмическая структура звучания.

Саунд-дизайн (sound – design). Звуковой дизайн – процесс управления или создания звукошумовых эффектов. Используется в различных областях, включая кинопроизводство, ТВ-производство, театр, звукозапись, живое исполнение, пост-продакшн и разработку компьютерных игр. Звуковой дизайн, чаще всего включает в себя манипуляции из ранее составленного или записанного материала, подобного музыке. Звуковой дизайн в экранных искусствах – творческая деятельность по моделированию звуковых пространств и созданию специальных звуковых эффектов для экранных и мультимедийных платформ.

Дизайнер звука должен объединять в себе как творческого, так и технического работника. Саунд-дизайнер – это творческая профессия, которая подразумевает хорошее владение в области звуковой техники и технологии, поэтому среди специалистов по дизайну звука много профессиональных звукорежиссёров, звукооператоров и композиторов. В обязанности звукорежиссёра в телепроизводстве входит осуществление и контроль над синхронной звукозаписью и монтажом всех видов звука. В результате его деятельности получается окончательный (конечный) вариант фонограммы фильма, который получается в ходе сведения (перезаписи) всех исходных элементов, составляющих звуковой ряд. Звукооператор занимается микшированием и контролем за уровнем звука. В его задачу входит приведение уровня звучания диалогов, шумов и музыки в соответствии с заранее составленной звукорежиссёром экспликацией. Иногда такую экспликацию приходится составлять самому звукооператору во время записи звука, для дальнейшего монтажа.

Театральная звукорежиссура. В театральной звукорежиссуре (особенно в драматическом театре) самое главное – это умение сводить музыку и шумы на фонограмму с живой речью актеров и живыми шумами. Это требует специальных навыков и определенного опыта.

Звукорежиссура кино. Звук в кинофильмах состоит из диалогов, музыки и звуковых эффектов. Важная вещь, которую необходимо усвоить любому начинающему кинематографисту, что 90% фильма – это звук. Картинка гораздо менее важна, т.к. зритель может видеть каждый раз только одну картинку и, в это же время, может слышать большое количество отдельных звуков, разделять и воспринимать всю информацию из вне, если все сделано правильно.

Сироїд Сергій, *студент магістратури НАКККіМ*

МУЗИКА – НЕВІД'ЄМНИЙ ІНСТРУМЕНТ МИСТЕЦТВА СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ

Реклама є невід'ємною частиною життя сучасного суспільства. Реклама щодня впливає на більшість населення, так як вона поширена всюди: в Інтернеті, газетах і журналах, по телебаченню, по радіо, на рекламних щитах, у транспорті, надсилається поштою.

Реклама з часом переросла у вид мистецтва, і фахівці з реклами хотіли, що б вона такою і залишалася, – захмарною країною, де вони можуть сказати: «Ми праві, тому що ми так бачимо». В еру розквіту цифрових технологій з'явились неймовірно широкі можливості для реалізації найдивовижніших ідей в мистецтві. З'являються нові, та вдосконалюються первісні технології аудіовізуального мистецтва. Застосовуючи сучасні інструменти створення реклами, багато компаній підвищують престиж і створюють позитивну репутацію своєї організації, спонсоруючи різноманітні вистави та постановки, виробництво відеофільмів, спортивні та культурні заходи.

На сьогоднішній день найпопулярнішим видом є відеореклама. Для привернення уваги споживача в рекламі повинна міститися яскрава картинка, приємна музика, пісня, або фраза, яка легко запам'ятається. Ролики з музикою дещо більшою мірою здатні створити позитивний емоційний відгук, ніж без музики, бо музика може збільшити задоволення від перегляду реклами. Слова в музичній композиції набагато краще запам'ятовуються, ніж фоновий текст. Крім того, музика впливає на емоції, здатна підняти настрій, а значить, і ролик, що супроводжується мелодією, сподобається навіть самому вибагливому і критично налаштованому споживачеві.

Часто буває, що ми наспівуємо одну мелодію з реклами цілий день. На це і розрахована реклама. Зробити зі звичайного рекламного тексту за допомогою елементарних прийомів і технік справжній хіт, мелодію, яка лунатиме з вуст кожного пересічного, композицію, в якій головним буде слоган компанії – це мистецтво. Ми легко запам'ятовуємо мелодію, коли чуємо її, не думаючи про справжнє призначення композиції. А призначення як раз визначено – вплинути на наше бажання купити рекламований товар, або послугу. Ніяких фокусів, звичайна психологія. Саме з цих причин музиці в рекламі відводиться важлива роль.

Також існує тип реклами, в якому музика проявляє себе, як справжній інструмент аудіовізуального мистецтва – соціальна реклама. В першу чергу вона спрямована на досягнення

суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей, зміну моделей суспільної поведінки і залучення уваги до проблем соціуму. Для такого впливу потрібно мистецтво створення емоційного переживання – драматургія. Не дивно, що в даному випадку музика виконує більш складні функції, а саме функції музики в театрі та кіно. Музика може бути ілюстрацією, музичною обробкою реальних шумів, корегувати емоційне навантаження кадру, змінювати лінії розвитку та руху в кадрі, передавати внутрішній зміст та суб'єктивну оцінку, розкривати глибину кадру, задавати ритм і темп, виступати часовою, соціальною і національною характеристикою епохи, інтегрувати атмосферу і колорит цілого, створюючи зображувальний простір, відігравати роль внутрішньокадрового компонента в паралелізмі чи контрапунктному поєднанні, бути образом-характеристикою, або самохарактеристикою героя тощо.

Отож, музика може бути дуже корисна в рекламі, але тільки у тому випадку, якщо її роль добре продумана. Правильне використання підібраної музики здатне посилити позитивне сприйняття реклами та її ефективність, або ж посилити драматургічну складову. Слід також зауважити, що споживач може запам'ятати вподобаний йому трек, але при цьому абсолютно не запам'ятати рекламований товар. Популярна, або занадто виразна, цікава мелодія може відволікти споживача від товару (послуги), що знижує ефективність реклами. Музика повинна ненав'язливо підкреслювати суть реклами. Адже рекламний ролик робиться не для того, щоб споживач лише насолодився музикою, а для того, щоб просунути свій товар чи ідею.

Література:

1. Олтаржевський Д. О. Соціальна реклама: навч. посіб. *Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка*. Київ: Центр вільної преси, 2016. 120 с.
2. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури: монографія / Катерина Станіславська; вид. друге, перероб. і доп. Київ: НАКККіМ, 2016. 352 с. : іл.
3. Reeves, Rosser . Reality in Advertising. Knopf, 1961. 153 p.
4. Наука о рекламе.URL: http://www.advertology.ru/article129137.htm (дата обращения: сентябрь 2018).
5. Бут О. Драматургічні функції та концепції кіномузики. URL: http://www.ktm.ukma.edu.ua/show_content.php?id=1284 (дата обращения: сентябрь 2018).

Сідорова Надія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ ОЗВУЧЕННЯ БАГАТОЖАНРОВОГО ПРОЕКТУ «ЗАЧАРОВАНІ ВЕСНОЮ»

Актуальність даного дослідження викликана необхідністю вивчення нових тенденцій в українському мистецтві – розширення стилістичних меж академічного та естрадного виконавства. Мета – вивчити особливості роботи звукорежисера в концертно-видовищних шоу програмах, де беруть участь артисти різних жанрів, а дія відбувається у стаціонарному приміщенні театру, розрахованому на акустичне звучання голосів та інструментів. Завдання – представити новий проект «Зачаровані весною» та розкрити його жанрові та технічні характеристики.

Навесні 2018 року на головній сцені Київського національного академічного театру оперети глядачі побачили нове шоу театру та Олега Скрипки – «Зачаровані весною». Проект дуже символічний, адже вся країна знає хіт гурту «Воплі Відоплясова» – «Весна№.

Зі сцени театру прозвучало 24 твори: відомі пісні на музику і слова Олега Скрипки - «Доля», «Чіо Чіо Сан», «Танці», «Весна». Твір «Країна мрій», який виконали разом заслужена артистка України Ася Середа-Голдун та Олег Скрипка отримав бурхливі оплески зали. Вдалим цей вечір став і для юного співака Устима Скрипки, який сольно заспівав три твори – «Beliver», «Je veux», а пісню «O sole mio» виконав разом із батьком. Прозвучали, як популярна класика – неаполітанська пісня «O sole mio» (музика Е.ді Капуа, вірші Дж.Капурро), «Куплети Боні» з оперети І. Кальмана «Сільва»,

так світові хіти – «Besame mucho», «Canzone da due soldi», «Fever», «Net me quitte pas», «La vie in rose», «Padam», «Prayer», «Formidable», «Malade», «The Sky Is a Neighborhood», «Beliver», «Je veux».

Для звукорежисера в даному концерті було важливим врахувати специфіку голосових даних рок-співака, академічного співу та дитячого голосу і створити гармонічне звучання естрадних хітів під супровід оркестру.

Олег Скрипка співав у супроводі оркестру оперети, склад якого налічував 50 музикантів. Шоу доповнили також 30 танцівників балету в номерах «Fever», «День народження», «Танці», «Formidable», «Je veux», «Весна», «Куплети Боні» та 10 артистів вокального ансамблю в номерах «Доля», «Besame mucho», «Padam», «Чіо Чіо Сан», «Танці», «День народження», «Formidable», «The Sky Is a Neighborhood», «Beliver», «Je veux», «O sole mio», «Країна мрій», «Весна».

Для озвучення цього концерту були використані ручні радіо-мікрофони, радіо-мікрофони типу headset, інструментальні мікрофони для «визвучування» оркестру та окремих інструментів, стаціонарна акустична система театру K-array потужністю близько 12 кВт, 3 моніторні лінії, окремі монітори для деяких музикантів оркестру, персональні системи вушного індивідуального моніторингу, пульт DigiCo SD10.

Коцерт-шоу «Зачаровані весною» представляє собою концерт з елементами вистави, в якому брали участь співаки різних стилів, артисти хору, артисти балету та оркестр. Через все представлення проходить лейт-образ – «Муза митця», який створила заслужена артистка України Ася Середа-Голдун.

Олег Скрипка виступив і у ролі співака оперети, разом із балетом театру виконав куплети Боні з оперети І. Кальмана «Сільва» і, навіть танцював традиційний канкан.

Висновки. Звукорежисеру подібного проекту необхідно враховувати декілька специфічних параметрів озвучення. А саме: акустичні особливості приміщення та голосів; оркестрові звучання (живий оркестр та фонограми), репертуар та виконавську манеру співаків; добір звукотехнічного обладнання та апаратури.

Таран Василь, *студент магістратури КНУКіМ*

СТАНОВЛЕННЯ ПОТОКОВОГО І НЕПОТОКОВОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Підвищення ролі телекомунікацій у житті суспільства в цілому і кожного його члена зокрема, висуває нові вимоги до телекомунікаційних мережевих технологій, які мають забезпечувати стійкий доступ до інформації й постійно розширюватися переліком комунікаційних послуг, що пов'язані з обробкою збільшувальних обсягів користувачів медіа-ресурсу.

На сьогодні важливою ланкою розвитку комунікацій є потокові медіа (від. англ. Stream media) – це «мультимедіа, що безперервно надходить до користувача від провайдера потокового мовлення» [1, с. 67]. Указане поняття прийнято застосовувати як до інформації, поширюваної через телекомунікації, так і до інформації, що спочатку поширювалася за допомогою потокового мовлення (наприклад, радіо, телебачення) або непотокового (наприклад, книги, відеокасети, аудіо CD). Термін «потокове мультимедіа» може застосовуватися до носіїв, відмінних від відео та аудіо, таких як закриті підписи під заголовком, тикер і текст у режимі реального часу, які вважаються «потоковим текстом».

Поняття інтернет-мовлення включає передачу по мережі Інтернет відео- та аудіоінформації. Трансляція може здійснюватися в потоці, що є подібним до прямого ефіру в наземному, супутниковому і кабельному телебаченні.

Перші спроби відображення мультимедіа інформації на комп'ютерах почалися з'являтися в середині XX століття. Однак, прогрес у цій сфері був дуже малим, внаслідок високої вартості та обмежених можливостей комп'ютерів тих часів.

У сучасній науці розрізняють два види мультимедіа потоків: за запитом і живі. Потоки інформації, викликаної за запитом користувача, зберігаються на серверах тривалий період часу. Живі потоки доступні короткий період часу, наприклад, при передачі відео зі спортивних змагань.

Термін «streaming» уперше був використаний для стрічкових накопичувачів, вироблених Data Electronics Inc. «Потокове передавання» застосовано на початку 90-х років як кращий опис для відео за запитом, а пізніше пряме відео в мережах IP, насамперед, Starlight Networks для потокового відео та Real Networks для потокового аудіо.

Найбільше Інтернет-проектів в Україні розпочали свою діяльність наприкінці 2013 – у першій половині 2014 років. Це, в першу чергу, обумовлено зрослим суспільним інтересом до політичних подій, що відбувалися на Майдані Незалежності в Києві, а згодом на центральних площах майже всіх міст і містечок України. У цей час з'явилося кілька знакових громадсько-політичних Інтернет-проектів, знаних і успішних до сьогодні. Перш за все, це Hromadske.tv, Spilno.tv, Grom TV, Еспресо ТВ, UkrStream.tv та ін. Саме вони, використовуючи іноземні сервіси потокового відео та відеохостингу вели прямі трансляції з місць, де відбувалися найзнаковіші політичні дійства. Онлайн-транляції можуть вестися за допомогою багатьох сервісів. Таких, як TwitCam, Justin.TV, LiveStream, Qik, Ustream.TV, Smotri.com, LiveCast.com, Stickam.com та інші.

Свого часу «Forbes. Україна» виділив із-поміж сервісів для проведення прямих трансляцій ті, які є найпопулярнішими серед українських інтернет-телеканалів та ефірних мовників.

На перше місце вони поставили YouTube, наголосивши при цьому, що «найбільший у світі американський відеохостинг YouTube, що належить корпорації Google, все ще залишається головним «знаряддям» для творців відеоконтенту. Сервіс прямого ефіру, YouTube Live, було запущено відеохостингом у 2011 році. Спочатку ним могли скористатися тільки партнери компанії або обрані канали, що мали принаймні тисячу підписників. Однак, у серпні 2013 р. ліміт було знижено до ста осіб. А починаючи з грудня 2013-го можливість організувати «прямий ефір» отримали всі власники верифікованих акаунтів, незалежно від кількості підписників» [2].

Серед українських медіа-організацій, що працюють у мережі Інтернет через Youtube цілодобово працюють «5 канал», «Канал 24», «Еспресо TV», Hromadske.tv.

На другу позицію представники «Forbes. Україна» занесли Skype. На їхню думку, саме він «дозволяє користувачам Всесвітньої мережі спілкуватися дешево та без будь-яких перешкод. Саме тому кількість абонентів, які хоча б щомісяця використовують сервіс, активно зростає – і в 2013 році перевищила 300 мільйонів при майже мільярді зареєстрованих акаунтів. Перевага Skype перед іншими технічними рішеннями полягає в його доступності й поширеності» [Мандик П. ТОП-5: як Інтернет перетворив телебачення Forbes. Україна.], – констатували дослідники.

Під час Революції Гідності в Україні мас-медійними організаціями широко використовувався американський сервіс потокової передачі відео.

«Сервіс Ustream після реєстрації користувача, – вказується у публікації «Forbes. Україна», – дозволяє за наявності Wi-Fi або 3G транслювати в прямому ефірі відео з зовнішньої веб-камери або камери, вбудованої в смартфон, планшет або ноутбук. За чотири місяці існування некомерційного проекту UkrStream.tv витрати на забезпечення трансляцій з епіцентру подій на Майдані Незалежності та з інших «гарячих» точок склали приблизно $60 тис. Більшу частину – $40 тис. – покрили добровільні надходження з відкритих рахунків, розміщених на сайті компанії» [2].

В Україні через Ustream працюють такі Інтернет-медіа, як Hromadske.tv, Grom TV, Spilno.tv і UkrStream.tv.

Має широке коло своїх прихильників і технологія IP-стрімінгу. Вона, зокрема, «передбачає потокове мовлення безпосередньо в Інтернет із веб-камери або камери в планшеті або смартфоні. З камери конвертується IP-потік, а потім через Інтернет-підключення (модем, WI-FI або мобільний Інтернет) цей потік доставляється в телецентр, де він конвертується з IP-потоку знову у відеосигнал, який і видається в ефір [2]. IP-стрімінг, до речі, залишається єдиним способом включення для українських телеканалів із території тимчасово окупованого Криму.

П'ятим у цьому топовому списку поставлений LiveU. Як повідомляється, «це не Інтернет-сервіс, а компактне обладнання у формі коробки для організації прямого ефіру за допомогою стільникового зв'язку». Створений він у 2007 році спеціалістами IT-галузі з Ізраїлю. Уже з перших часів існування у проект багатомільйонні інвестиції вклали відразу кількох венчурних фондів. «Суть технології – передавання відео по декількох каналах зв'язку одночасно: сигнал із відеокамери потрапляє в пристрій LiveU і поділяється за спеціальним алгоритмом на декілька потоків. Якість

відео на виході дозволяє отримати зображення з високою роздільною здатністю FullHD» [2]. Наголошується також, що «технологія LiveU активно й успішно застосовується по всьому світу. Без LiveU в США не проходять церемонії Греммі, Еммі та Оскар». Цю технологію використовує кілька українських медій, найвідомішими із яких є «Радіо Свобода».

За популярністю на кінець 2017 року потокове відео майже зрівнялося з традиційним телебаченням. Зокрема кілька разів на тиждень 75 % респондентів дивляться потокове відео, а 77 % – традиційне телебачення.

Отже, в цих умовах традиційне телебачення поступово здає свої позиції. Кількість споживачів «ефірних» каналів скорочується, поступаючись місцем потоковому виду телебачення інтегрованому в мережу Інтернет. У новій парадигмі телеперегляду на перше місце висуваються такі характеристики послуг, як персональний підбір контенту та інтерактивність, що відіграє сьогодні важливу роль у зв'язку із тотальною інформатизацією усіх сфер суспільної діяльності.

Література:

1. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник. 2-ге вид, допов. Київ : Веселка, 2004. 120 с.

2. Мандик П. ТОП-5: як Інтернет перетворив телебачення. Forbes. Україна. URL: http://forbes.net.ua/ua/business/1369609-top-5-yak-internet-peretvoriv-telebachennya#5 (дата звернення: 01.10.2018).

Терентієва Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

СТВОРЕННЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕПРОЕКТІВ

Кінематограф – дуже цікавий і в той же час не простий вид занять. Чимало зусиль і вмінь потрібно вкласти в підготовку і розведення на знімальному майданчику навіть однієї невеличкої сцени, яка на екрані кіноглядача буде тривати лише якісь 20-30 секунд. Відповідно до об'ємів телепроекту визначається і розмір затраченої роботи. Телевізійні проекти можуть бути як серійні так і одноразові. Розважальні програми, серіали, науково-пізнавальні програми, або ж шоу-програма записана однією серією, яка немає повторень. На сьогоднішній день таких проектів існує велика кількість, а вони різноманітні і можуть задовольнити потреби будь-якого глядача, тобто кожен може обрати щось своє для серця і душі.

Ми всі живемо у час інформаційних технологій, телебачення, інтернету і радіомовлення. Всі люди користуються засобами масової інформації і більшість людей споживає «телестрави», які готуються на «кухонному» столі продакшн компаній. Із моєї точки зору тема «Створення сучасних українських телепроектів» є досить актуальною на сьогодні. Але проблема в тому, що якість деяких створених проектів залишає бажати кращого. Річ не тільки в технічних характеристиках відеоматеріалу, а й в його наповненні. Багато чого в цьому питанні залежить не лише від замовника відеоматеріалу (хоча і від нього теж), а й від продакшн компанії, що його створює.

Процес виробництва відео складається з великої кількості етапів, головні з яких: препродакшн (підготовка до зйомки, включно з написанням сценарію, підбором акторів, розводкою кадрів та ін.), продакшн (процес зйомки) і постпродакшн (відеомонтаж, корекція по звуку, комп'ютерна графіка і спецефекти, кольорокорекція, титри тощо).

І. Препродакшн складається з:

1. Вибору продакшна. Обираючи продакшн потрібно врахувати професійний рівень компанії. На сайті компанії можна ознайомитися з роботами, а успішний продакшн рекламує свої ролики і уважно ставиться до власної репутації.

2. Передачі технічного завдання на підготовку відеоматеріалу.

3. Після детального аналізу інформації йде підготовка сценарію проекту.

Вартість телепроекту визначається в залежності від:

- кваліфікації задіяних фахівців: режисер, оператор иа ін., а також кількості персоналу;
- загальної кількості акторів, та їх професіоналізму – гонорари;

- кількісного показника знімальних майданчиків і роботи над їх підготовкою;

- вартості оренди та інших витрат.

4. Вибору копірайтера, створення сценарію і його затвердження замовником, продюсером та режисером проекту.

5. Розрахунку кошторису на виготовлення продукту. Підготовка плану роботи.

6. Підписання договору після затвердження кошторису.

7. Проведення розкадровки (розбивка майбутнього ролика по кадрам, тобто створення послідовності малюнків, що служить допоміжним засобом при створенні відео) та затвердження із замовником (робиться завжди перед початком зйомок).

8. Вибору режисера і затвердження кінцевої розкадровки.

ІІ. Продакшн:

1. Передзнімальна підготовка. Основна частина такої підготовки припадає на: пошуки місць для зйомок (локейшн), кастинги (вибір серед кандидатів особи, яка найбільше відповідає творчому задуму режисера), виготовлення необхідних декорацій.

2. Період підготовки перед відеозйомкою на знімальному майданчику (від півгодини і більше) включає встановлення та перевірку обладнання, костюму, гриму, декорацій та світла.

3. Зйомка. Кількість камер в період зйомки може сягати від однієї до чотирьох. Якщо камер більше ніж одна, то в основному вони синхронізовані та працюють по одному тайм-коду. Вони встановлюються в різних положеннях і ракурсах для того, щоб зробити більшу кількість планів без розкадрування (на кранах та візках, рейках для динамічного показу і т. д.). Хід відеозйомки підконтрольний режисеру та оператору, що спостерігають процес за плейбеком (спеціальний монітор). Помічник режисера записує в монтажні листи номери карт та іншу технічну інформацію, яка необхідна на момент постпродакшну.

ІІІ. Постпродакшн:

1. Отримавши відзнятий, розкадрований матеріал, режисер монтажу створює з нього цілісну картину.

2. Для озвучки отриманого відео при необхідності запрошуються актори або диктори. Коли звук одразу пишеться в чистовому варіанті на знімальному майданчику, озвучення робити не потрібно.

Етап постпродакшн – це етап монтажу відзнятого матеріалу. Він є завершальним. При необхідності прибираються всі недосконалості відео на ПОСТ, звук тонується і пишеться авторська музика. На цьому робота завершується і замовник отримує свій готовий матеріал.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що виробництво відеоматеріалів здійснюється для подальшого їх прокату на телебаченні. Щоб відеоматеріал потрапив на телеканал, він повинен відповідати його формату. Задачею також є охопити якомога більше контенту. Відповідно потрібно врахувати вимоги кожного бажаного каналу. Виготовлення відеоматеріалу, який має дуже малий бюджет, не завжди виправдане. Досить високою є конкуренція в шоу-бізнесі, а отже виживають лише роботи з найвищими рейтингами. Зі зростанням рівня технічних засобів і можливостей ростуть також і витрати на створення проектів, що стає серйозною перешкодою на шляху великої кількості митців з глибокою думкою, але без достатнього фінансування. На мою думку, шанс проявити себе має бути у кожного, навіть початківця, незалежно від фінансової спроможності.

***Література*:**

1. Мистецтвознавство України. Зб. наук. пр. / Нац. акад. мистец. України. Київ : Муз. Україна, Вип. 5, 2005.

2. Поляков В.А., Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учеб. и практ. для академ. бакалавриата. Москва : Юрай, 2015, 502с.

Хлівнюк Вероніка, *студентка магістратури НАКККіМ*

ПОШУКИ СУЧАСНИХ РЕЖИСЕРСЬКИХ ЗАСОБІВ СЦЕНІЧНОЇ ВИРАЗНОСТІ

Важливість дослідження «технології» режисерської майстерності, виявлення її тенденцій та закономірностей особливо актуальні сьогодні, коли звільнення від політичних та ідеологічних установок зробило майже неосяжним поле творчих пошуків та експериментів.

Проблема пошуків нових режисерських засобів виразності стала предметом наукових зацікавлень таких дослідників як Н. Корнієнко, В. Заболотга, А. Липківська, Т. Уварова, В. Неволов, Г. Веселовська та ін.

Функції режисера в сучасному театрі надзвичайно різноманітні: він здійснює весь комплекс робіт щодо організації як творчого, так і технічного процесу підготовки вистави.

Процес роботи режисера умовно можна розділяти на три етапи. Перший етап – процес народження режисерського задуму, ідеї, що об'єднують акторів, художника, композитора та інших творців вистави. На другому етапі починається опанування акторами дією, середовищем, ритмом, темпом, паузами, мізансценою, тобто просторово-часовим континуумом вистави, йдуть пошуки жанру і стилю. На третьому етапі завершується композиційне перетворення виражальних режисерських елементів (події, дії, ритму, паузи, мізансцени тощо) в режисерське вирішення вистави як мистецької цілісності всіх її складових.

Важливими виражальними засобами режисури є мізансцена, атмосфера і темпоритм. Образно-пластичне вирішення вистави – це одне з найважливіших завдань режисури, а мізансцена – один з найпотужніших виражальних засобів режисури. Наступним виражальним засобом режисури є культурно-психологічна атмосфера, тобто те знаково-символічне середовище, в якому живе акторський образ (звуки, шуми, ритми, характер освітлення, меблі, речі тощо). Атмосфера залежить від характеру подій, від місця і часу дії, водночас будучи причиною і наслідком цих подій. Такий виражальний засіб режисури, як темпоритм, вбирає в себе швидкість і частоту повторення сцен або подій в часі. Враховуючи, що ритм може бути зовнішнім (фізичним) і внутрішнім (психологічним), зрозуміло, що механічний ритм діє на наше внутрішнє життя, на наше відчуття і переживання. Так само як мізансцена і атмосфера, темпоритм сприяє реалізації авторського задуму. Тому одна з головних проблем режисури – знаходження правильного ритму дії. Кожен епізод має будуватися на власній ритміці, але необхідно, щоб вона логічно влилася в загальний ритм видовища.

В епоху постмодерну відбувається заперечення традицій попереднього мистецтва, зміна критеріїв художності, тривають дискусії про якість образного ладу мистецтва, про роль художньої творчості в духовному житті людини. "Мова театру серйозно змінюється, – вважає Н. Корнієнко, – і розглянути цей процес через старі пристосування і старий інструментар рішуче неможливо. Сьогодні театр у своїх кращих пошукових рішеннях стоїть «*ближче до інтелектуальної прози і поезії, до авнгардистської музики»* (виділення – Н. Корнієнко) [1, с. 351].

Характерною ознакою сучасного театру є вільна інтерпретація режисерами авторських текстів, які скорочуються, замінюються іншими формами сценічної виразності. Нерідко такі дії кардинально змінюють авторський задум, перетворюючи його на задум режисера. Важко не погодитись з тими науковцями, які вважають, що "авторський задум є умовами гри, які не можна змінювати, є непорушним законом, мінімальною вимогою до образності. Захоплення […] індивідуальністю актора чи режисера призводить до невірного крену у створенні сценічних образів" [2, с. 225].

Режисурі культурно-дозвіллєвих програм притаманні специфічні засоби художньої виразності. Загальномистецький, естетичний закон усіх видовищних видів мистецтва свідчить: робота органів чуття буде тим інтенсивнішою, чим більше різноманітно організованої інформації надходитиме до глядача одночасно. Цей закон змушує режисера використати усі наявні засоби художньої виразності, а саме: образне слово; музику; шумові і фонові матеріали; фото-, кіно- і відеоматеріали; театральну, хореографічну, пластичну дію; світлові ефекти. Загалом йдеться про принцип цілісності через різноманіття. Єдність слова, музики, світла і кольору, мізансцен повинно створювати аудіовізуальну гармонію, що розкриває художній образ програми.

Провідними виражальними засобами, що створюють особливу мову театралізації всіляких форм культурно-дозвіллєвих програм, є символ, метафора, алегорія.

Символ може трактуватися багатозначно, а деколи двозначно. Багатозначність символічного образу обумовлена тим, що він може бути застосований до різних аспектів буття.

У основу метафоризації може бути покладена схожість найрізноманітніших ознак предметів: кольору, форми, об'єму, призначення, положення у просторі та часі тощо. Спостережливе око митця знаходить спільні риси майже у всьому. Несподіваність таких зіставлень додає метафорі особливу виразність. Для режисера культурно-дозвіллєвих програм метафора цінна тим, що використовується як засіб побудови сценічних образів. Сценографія і декораційне оформлення повинні в образно-символічній, метафоричній формі відбивати авторську ідею в усій повноті емоційного і інтелектуального змісту, а також створювати атмосферу культурно-дозвіллєвої програми. Всяка метафора розрахована на небуквальне сприйняття і вимагає від глядача уміння зрозуміти і відчути образно-емоційний ефект, побачити другий план метафори, приховане порівняння, заставляє працювати уяву глядача.

Важливе місце в режисерському мистецтві театралізації належить алегорії. На відміну від багатозначності символу сенс алегорії характеризується однозначною визначеністю і розкривається не безпосередньо в художньому образі, а лише як тлумачення явних або прихованих натяків і вказівок, що містяться в образі. Алегорія завжди грала помітну роль в режисурі театралізованих форм дозвіллєвих програм, оскільки передбачає двоплановість. Перший план – це художній образ, другий план – завжди іносказання, що визначається знанням ситуації, історичної обстановки, асоціативністю. Отже, символ, метафора і алегорія можуть використовуватися у вирішенні кожного епізоду дозвіллєвої програми, в кульмінації всієї програми і, безперечно, в її сценографії.

Режисура культурно-дозвіллєвих програм використовує, зокрема такий прийом як парадоксальність в трактуванні епізоду або образу. Використання парадоксальності дає можливість аудиторії культурно-дозвіллєвої програми побачити звичний, на перший погляд, матеріал в несподіваному, іноді парадоксальному ракурсі і осмислити факт або явище на якісно новому рівні.

Отже, палітра режисерських засобів сценічної виразності досить різноманітна. До того ж і режисура драматичного театру, і режисура культурно-дозвіллєвих програм мають притаманні лише їм специфічні засоби художньої виразності.

Література:

1. Корнієнко Н. Пошуковий театр: 1980-1990 роки // Український театр XX століття / Редкол. : Н. Корнієнко та ін. Київ : ЛДЛ, 2003. 512 с.

2. Наконечна О. В. Детермінанти створення і втілення сценічного образу в театральному мистецтві: Монографія. Одеса : Астропринт, 2006. 248 с.

Хоролець Олександр, *студент магістратури НАКККіМ*

ЕВОЛЮЦІЯ МУЗИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В результаті аналізу історичної ретроспективи вітчизняної і зарубіжної звукорежисури сфери художньої творчості, визначена періодизація еволюційних шляхів становлення, формування і розвитку музично-інформаційних технологій. Умовно, можна їх можна розділити на три базових етапи: 20-40 рр. XX ст.; 50-70 рр. XX ст; 80 роки – донині.

Перший етап (20-40 рр. XX ст.) характеризується появою перших технічних засобів для обробки звуку (мікрофонів, гучномовців, підсилювачів та ін.), розробкою і впровадженням механічного, оптичного та оптико-механічного методів запису, які уможливили вирішення творчих завдань, передовсім у звуковому супроводі кінофільмів, а також в грамзапису і на радіо.

Другий етап (50-70 рр. XXст.) позначений впровадженням магнітного звукозапису, стереофонії, нових видів техніки (магнітофонів, мікшерних пультів, пристроїв електроакустичної обробки звукового сигналу) і нових технологій на їх основі, що дозволило підняти звукозапис до рівня технічного мистецтва.

Третій етап (80 рр. XX ст. – по наш час) характеризується появою цифрового звукозапису, багатоканальних систем просторової звукопередачі, цифрових, комп'ютерних технологій, котрі забезпечили перехід до вирішення принципово нових творчих завдань створення тривимірного звукового простору.

Виявлені методом порівняльно-історичного аналізу закономірності в еволюції технологій дозволяють стверджувати, що період 20-40х рр. можна вважати першим станом становлення звукорежисури, як творчої професії, котра використовує в якості засобів художньої виразності технологію звукозапису. Можна також стверджувати, що напрацьовані технологічні методи і прийоми створення монозаписів заклали фундамент для подальшого розвитку мистецтва звукозапису.

З розвитком магнітного запису було введено суттєву зміну у технологію роботи звукорежисера, що дозволило радикально покращити параметри звучання фонограм. З'явилась можливість монтажу і перезапису фонограм, що уможливило уникнення недоліків оптичної технології, а також – нові технології вписування і послідовного – запису методом накладання.

Багатоканальний запис з наступним зведенням відкрив додаткові можливості обробки фонограми, особливо для запису музики. Використання компресорів дозволило зробити звучання фонограм більш цільним і насиченим, а застосування штучної реверберації дозволило збагатити звучання природних джерел.

Принциповим кроком у розвитку технології звукорежисури стала також розробка і впровадження стереофонічного запису; відтворення звуку, що історично змінило методи роботи з мікрофонами. З'явився полі-мікрофонний запис з наступною обробкою отриманих сигналів на мікшерному пульті. Всі ці процеси значно розширили можливості звукорежисера, суттєво збагатили його технічну палітру, надавши нові можливості по формуванню звукового образу записуваного твору мистецтва.

Використання аналогового устаткування цього періоду, величезний досвід і майстерність звукорежисерів дозволили відпрацювати нові методи і прийоми звукозапису і створити величезну кількість записів музичних творів різних стилів і жанрів. Саме в цей період відбувається процес трансформації технології звукозапису в процес художньої творчості, яка відноситься до галузі технічних мистецтв зі своїми специфічними засобами художньої виразності.

З появою сучасних багатоканальних звукових технологій просторової звукопередачі стало можливим помістити реципієнта в будь-яку точку всередині концертної зали, або зробити учасником подій, які відбуваються на кіноекрані, що розширив свої кордони і захопив глядацьку залу, оснащену новими системами відтворення Dolby Surround.

Дані етапи – принципово нові в історії звукорежисури, яка пройшла шлях від перших експериментів в галузі звукозапису на технічно недосконалому обладнанні до створення звукового і звукозорового образу творів мистецтва з використанням усього спектру можливостей цифрової техніки і сучасних комп'ютерних технологій. Можна констатувати як факт, що поява нових технологій завжди призводила до розширення і збагачення виражальної мови звукорежисури. У свою чергу, необхідність у появі нових засобів художньої виразності у творчості звукорежисера стимулювала створення і вдосконалення нової звукозаписуючої та звуковідтворюючої техніки.

Література:

1. И.Алдошиша, Рой Приттс. Музыкальная акустика: учебник. Санкт-Петербург: Композитор - Санкт-Петербург. 2006. 720 с.: ил.
2. Эволюция информационных технологий.URL:https://studopedia.su/10_142869_evolyutsiya-informatsionnih-tehnologiy.html (дата обращения: сентябрь 2018).

Шапошнікова Надія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

Театр – соціокультурний феномен, дослідження якого пов'язано з диференціацією змістовних структур, вписаних в певний соціокультурний контекст у вигляді координат простору та часу сучасної провінційної культури.

Розгляд соціокультурних аспектів театрального мистецтва можливий в зв'язку з певними напрямками евристичної, інакше, системно-інтегральної антропології. Такими, зокрема, як антропологія життєвого світу, яка вивчає специфіку способу життя, прояви різних життєвих стилів;

антропологія духовності, яка фокусує свою увагу на системі ієрархічно пов'язаних цінностей; антропологія громадянськості, інтегруюча в своєму вченні такі параметри особистості, як духовність і творча активність, антропологія професій.

Театр – не тільки виробляє вистави, в театрі постійно відтворюється глядацька аудиторія. Спростовуючи поширене уявлення про те, що театральне мистецтво цікавить тільки людей високо освічених, в професійній театральній сфері акцентується питання про залученні якомога більшої кількості глядачів, про розширення соціального профілю аудиторії, про виховання, виховання публіки, відкритої до художнім контактам.

Трансформація театру в сучасне мистецтво – це тема великого дослідження, тому що вона пов'язана не тільки з театром, а ще й з новими медіа. Нинішнє покоління молодих людей, які активно користуються новими технологіями, гаджетами та соціальними мережами, – воно набагато відрізняється від їх батьків.

Сьогодні знання про театр, як і інші знання, замінили відомості про нього. У тому, як ці відомості маніфестуються, є певна естетика. Ця естетика теж пов'язана з новим типом перегляду: вона набагато менш асоціативна. Тому що саме читання і глибока робота з пам'яттю вимагають асоціативних зв'язків. Сьогодні нічого подібного не відбувається. І в цьому ніхто не винен, просто світ мимоволі змінився.

Можна звернути увагу, що останні роботи багатьох великих майстрів сучасного театру навмисно прості, адже грають, так би мовити, «на спрощення». В чомусь вони схожі на серіали, а, можливо, навіть, і на історії з каталогу. Тобто глядач не дивиться виставу – він сприймає зміст вистави, тобто отримує відомості про неї. Глядач сьогодні не зчитує інтерпретації та не бажає розбиратися в роздумах режисера, не вдивляється в матеріал через глибоку гру акторів, – його лякає «незрозуміле». Глядачу хочеться отримати не тільки враження, а якесь ясне повідомлення, підсумковий висновок. Такий новий процес осмислення вистави говорить про те, що способи сприйняття театру сильно змінюються.

Сучасний театр різноманітний. Є театр для сучасних міщан. Їх смаки консервативні. Вони люблять «класичний» театр, не дуже розуміючи, що це таке. Є театр для просунутої хіпстерской молоді, є театр для дітей. Є театр для ліберальної інтелігенції. Але все-таки сучасний театр – це в основному театр для буржуа. Дами на високих підборах, чоловіки в дорогих костюмах, які за великі гроші хочуть дивитися щось гарантовано якісне та відоме. Збираючись в театр, вони вірять, що саме це і є сьогодні наймодніше та актуальне. Прийдуть, подивляться і, навіть якщо нічого не зрозуміють, то, хоча б зроблять фотографію. Сучасний театр в основному орієнтований на бізнес, на гроші, на комфортність, на конвенцію з глядачем. І тільки дуже рідкісний театр здатний цю конвенцію порушити – щоб виголосити зі сцени дуже важливі для себе, але не завжди приємні для глядача істини.

Отже, в цілому дуже складно сказати, наскільки те, що сьогодні відбувається з сучасним театром, відіб'ється на історії театру в цілому. В історії мистецтва можна спостерігати випадки, коли нові види заперечували так би мовити «класичне мистецтво» та пророкували і проголошували, що за ними мистецтво майбутнього. А час потім невпинно розставляв все по своїх місцях. Колись Станіславський був головним радикалом і реформатором театру, а тепер вже, для представників сучасного театру – це минуле, яке потрібно залишити в минулому.

Підводячи підсумок, ми можемо тільки намагатися здогадуватися, яким же все-таки залишиться сучасний театр і як впливатимуть на нього реалії сьогодення. Головне одне: сучасний світ ставить театру питання, на які йому необхідно знайти відповіді. Це змушує його розвиватися та винаходити нові стилі, жанри, напрямки, незважаючи на те, що театр давно пророкували підлогу мистецтвом минулого.

Література:

1. Наконечна О. В. Зміна призначення театру як соціального феномену в руслі ознак часу // Аркадія. 2004. С.123 - 130.

2. Товстоногов Г. А. Современность в современном театре. Беседы о режиссуре. Ленинград. Москва. : Искусство, 1962. 101с.

3. Філіпенко Л. Авантюрна вистава, чи відбиття авантюрної реальності? // Український театр. 2003. №5 – 6. С. 2 – 5.

Шиндер Марія, *студентка магістратури НАКККіМ*

НОВАТОРСТВО ЛЕСЯ КУРБАСА У ПОСТАНОВЦІ «ДЖІММІ ГІГГІНС» (1923)

Лесь Курбас, сміливий новатор, володар відмінного смаку і знавець Пікассо, поміж інших своїх робіт, створює дві інсценізації, з яких найвідомішими є «Гайдамаки» за поемою Т. Шевченка (1920) і «Джіммі Хіггінс» за романом Л. Сінклера (1923). Ці постановки на сцені театру «Березіль» стали новими етапами в творчості Курбаса як режисера. Доцільно відзначити авторський підхід, самостійність Курбаса до матеріалу, що переноситься на сцену. На хвилі великого успіху «Джіммі Хіггінса» сучасники називали Курбаса автором оригінальної п'єси, але він наполягав, щоб скрізь вказувалося «інсценізація».

«Джіммі Хіггінс» в інсценізації Курбаса визначив звернення до гостро актуальної політичної публіцистики, характерної для 1925-1926 рр., коли театр різко повернув до сучасності.

За спогадами учасників вистави, Курбас диктував п'єсу акторам прямо на репетиціях, не звертаючись при цьому ні до тексту, ні до якихось записів чи нотаток. Зрозуміло, що цьому передувала клопітка робота, тривалий застільний період, що ніколи не виносився «на публіку». І постановка вистави не розтягувалась на тривалий період (прем'єра її відбулася через півтора місяці після першої зустрічі з акторами – 29 листопада 1923 року) це означало, що задум режисера-постановника заздалегіть продумано до найменших дрібниць.

Чому саме цей роман обирає Курбас? Виступаючи перед журналістами в 1925 р. з доповіддю «Шляхи й завдання «Березоля», режисер так пояснив той факт, що «нині масових вистав глядач уже не приймає». Він говорив: «Поки глядач жив у масі, йшов на фронт цілими потягами, бився на барикадах або на війні, поки масовий момент в його житті був акцентований і інтереси маси в їхній гостроті були важливішими за особисті інтереси, все було добре. Ви знаєте п'єсу «Джіммі Хіггінс», вона пройшла вже близько 80 разів. Пройшла тому, що там у центрі – доля однієї людини».

Курбас послідовно оминає капіталістичні сподівання Сінклера, який ще вірив у можливість класового миру. У п'єсі закладається важливий акцент на тому, що між Джіммі та «системою» прірва дедалі збільшується, і це закладено самою історією.

В інтерпретації Л. Курбаса «Джіммі Хіггінс» можна відшукати спільні риси з п'єсами М. Куліша («Патетичною сонатою», «Вічним бунтом», а особливо – з «Макленою Грасою»), М. Ердманом («Самогубцем»), І. Микитенка («Диктатурою»), Л. Первомайського, з фільмами О. Довженка.

Курбас став одним з перших режисерів у світі, який почав використовувати в театрі мультимедіа. Кіно на сцені стало самостійним – влучно доповнювало дію на сцені у виставі «Джиммі Хіггінс», а також «Макбет».

Лесь Курбас розумів, що «старий театр вже не працює, тому весь час шукав щось нове». Цим «новим» для нього стала пластика, рух, жест: актори «Березоля» годинами займалися фізичними тренінгами, і в підсумку в деяких їхніх виставах пластика ставала окремим оповідачем. «Рух – це не обов'язково танець», – вважав Курбас.

«Джіммі Хіггінс» – п'єса оригінальна, новаторська для українського театру початку XX століття. Лесь Курбас писав, що вплив «революційної театральної Москви» торкнувся «і художньої ідеології, і деяких формулювань, і взагалі прискорив деякі процеси в «Березолі». У «Джіммі Хіггінсі» Курбас вбачав ближчий зв'язок з «Руром», ніж з театром Мейєрхольда, зазначивши, що критику дезорієнтувала деяка зовнішня подібність.

Справді, соціальним пафосом, агітаційністю, багатство на літературно-сценічні прийоми «Джіммі Хіггінс» споріднений з Курбасовими інсценізаціями «Рур», «Жовтень», подекуди й з «Гайдамаками». Водночас у драматургії образу Джіммі вже помітні ті вимоги, що їх Курбас пред'являтиме українській драматургії.

Література:

1. Радянське літературознавство. 1987. № 8. С. 49-57.

МУЗИЧНЕ МИСТЕЦТВО: ТРАДИЦІЇ І СУЧАСНІСТЬ

Козлін Валерій, *доктор мистецтвознавства,*
професор НАКККіМ

КОМП'ЮТЕР-КОНЦЕРТМЕЙСТЕР

Крім тексту пісні, музики і володіння красивим голосом, вокалісту неодмінно потрібен концертмейстер. Вокаліст не може існувати без акомпаніатора – це невід'ємна частина його професії і навіть життя. Сучасним студентам та педагогам завжди важливо мати у результаті навчання найкращу якість знань, але велике значення має і швидкість процесу.

Сучасні комп'ютерні технології дають можливість вокалісту напрацьовувати навички самостійно, без концертмейстера за допомогою застосування нових методів навчання. Автор пропонує методику застосування інноваційних технологій для навчання студентів «постановці голосу», яка вирішує наступні завдання: прискорення процесу навчання майбутніх артистів – вокалістів; підвищення якості навчання; зменшення навантаження на викладача: переведення процесу навчання на рівень, відповідний сучасному технічному розвитку провідних держав світу. Існують різні системи навчання «постановці голосу», які об'єднує одне – структура людей, що беруть участь в процесі, а саме: *настроювач - фортепіано - педагог - концертмейстер - студент* (рис.1).

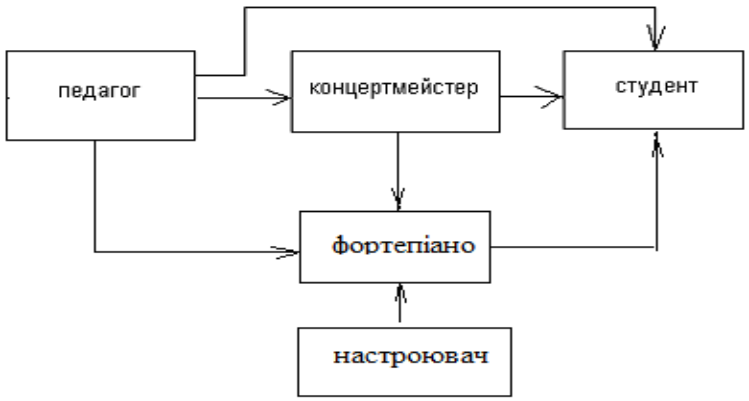


Рис. 1. Узагальнена схема навчання студента

Основним загальноприйнятим інструментом, що використовують концертмейстери для акомпанементу є фортепіано. Відомо, що настроювати фортепіано потрібно щодня. Враховуючи навантаження на інструмент при постановці голосу (наприклад, одна година занять на тиждень кожного студента протягом 5 років – приблизно 175 годин), стає зрозумілим, що необхідно мати штат настроювачів інструменту, і це за наявності нормальних інструментів. Ті ж, які є в більшості учбових закладів давно застаріли і морально, і фізично. А більшість з інструментів, або взагалі не настроюють, або вони вже не підлягають настройці. Якщо майбутніх артистів виховувати на звучанні таких музичних інструментів, то і якість буде відповідною.

Основною ланкою в представленій схемі (рис.1) є *педагог*. Він визначає вид необхідної діяльності з концертмейстером, підбирає учбовий матеріал, визначає шляхи розвитку студента. Найпростішим видом музичного матеріалу для початківців співаків є вправи, які у вокальному мистецтві служать для набуття основних навиків, що необхідні для професійної роботи. Вправ існує множина. Звичайно, збірки вправ охоплюють всі види вокальних рухів, які слід освоїти в процесі навчання: гами, інтервали, арпеджіо, побіжності, пасажі, прикраси і т.п., а також всі види вокалізу: техніку кантилени, побіжності філіровку тощо. Вокалізи – це той необхідний музичний матеріал, який більшість педагогів використовує в роботі, як перехідний від вправ до художніх творів. Вокалізи не мають тексту і розраховані на розвиток певних видів вокальної техніки. Із зазначеного,

очевидно, наскільки багато підготовчого матеріалу потрібно знати і тримати в свідомості педагогу, щоб практично застосовувати його для розвитку студента.

Наступною ланкою в схемі навчання (рис.1) є *концертмейстер*. Концертмейстер – піаніст, що допомагає розучувати партії співакам, або інструменталістам та акомпанує їм в концертах. Концертмейстер навчає виконанню «команди»: початок мелодії – початок руху, кінець мелодії – кінець руху [1] . В процесі постановки голосу концертмейстер стежить за виконанням партії студентом, підстроюючись мимовільно так, щоб у того було менше помилок. Часто буває, що найзручніша тональність вже вибраного твору неточно визначена, і необхідно швидко перейти в іншу. Але далеко не кожний концертмейстер вокального класу може відразу транспонувати нотний матеріал «з листа».

На основі проведених досліджень, було запропоновано новий метод, що пропонує увесь музичний учбово-педагогічний матеріал представити у вигляді комп'ютерних Мідіграм. Мідіграма – музичний твір, що записаний у комп'ютері у вигляді нотної класичної партитури з можливістю прослуховування (у відмінності від фонограми, в якій нотного тексту немає). Комп'ютерна Мідіграма має такі можливості :

1. Максимально наблизити відтворення нотного тексту до оригіналу зі всіма динамічними і темповими особливостями музичного твору.
2. Почати звучання з будь-якої ноти твору, прискорити і уповільнити звучання, збільшити і зменшити гучність.
3. Записувати для супроводу оркестри, ансамблі будь-яких складів і з будь-яких музичних інструментів, що існують у світі.
4. В перебігу декількох секунд змінити тональність твору.
5. Миттєво перевести зображення партитури із сторінкового режиму в лінійний і навпаки, що значно полегшує сприйняття нотного тексту.

Наявність Мідіграми дозволяє збільшити самостійну роботу студента в процесі навчання (тобто, відсутність концертмейстера), і відбувається воно за схемою 1, 2 (рис.2, або рис.3).

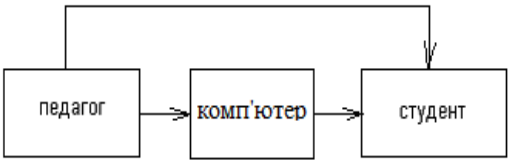


Рис.2. Схема 1 – навчання студента на основі Мідіграми

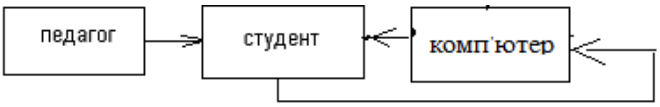


Рис.3. Схема 2 – навчання студента на основі Мідіграми

За наявності Мідіграми студент самостійно прослуховує створений на комп'ютері твір стільки разів, скільки йому необхідно і в темпі, що найзручнішій для початкового сприйняття. Там же може бути записана партія вокалу у вигляді вокалізу і для вивчення. Після завершення роботи над твором разом з педагогом кінцевий результат: тільки вокал, або вокал з акомпанементом може бути записаний на комп'ютер. Цей матеріал студент може прослуховувати, та за потреби коригувати. Навчання за схемою (рис.2, схема 1) має на увазі підготовку Мідіграм педагогом для чого він може самостійно скористатися методикою, що описано автором у праці [2]. Навчання за схемою (рис. 3, схема 2) має на увазі підготовку Мідіграм студентом, для чого він може самостійно скористатися методикою [2].

Література:

1. Энциклопедический музыкальный словарь. Москва. Советская энциклопедия. 1959. 326 с.
2. Козлин В.И. Школа игры на компьютере в нотаторе Sibelius 6. Москва : ДМК Пресс, 2015. 352 с. ил.

Бучок Ліанна, *здобувач НАКККіМ, викладач-методист фортепіано,*
концертмейстер Комунального вищого навчального закладу
«Ужгородський коледж культури і мистецтв»
Закарпатської обласної ради

ФОРТЕПІАННІ КОМПОЗИЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ ЗАКАРПАТСЬКИХ КОМПОЗИТОРІВ ДЛЯ ДІТЕЙ: ТРИВКІСТЬ ТРАДИЦІЇ У СЬОГОДЕННІ

Прийнято вважати, що професійна композиторська школа формується відтоді, коли її очолює людина, яка здобула професійну музичну освіту саме як композитор. І це попри те, що насправді фактичність появи такої школи є пов'язаною із значно більшою кількістю чинників, хоча серед них й справді чільне місце посідає критерій академічної спеціалізації творчості. На Закарпатті таким очільником виявився Дезидерій Задор (1912 – 1985; учень Я. Кржічки, В. Новака, А. Хаби [1, 15]), творчістю якого охоплено чи не найважливіші засади формування композиторської школи: академічна спеціалізація жанрової системи творчості, глибокі інтонаційні корені джерельної бази регіону, гнучка взаємодія стильових систем тощо. Вельми важливим, зокрема, виявилося те, що майже вирішальну роль в усьому цьому процесі відігравали саме фортепіанні композиції, що як жанровий рід музичної творчості подекуди вважається однією із найбільш абстрактних форм творчого процесу. Не менш важливим був також дидактичний аспект – професійне поповнення педагогічного репертуару в початковій музичній освіті цього багатоетнічного регіону. А отже, мова йтиме про передумови формування закарпатської композиторської школи, які, зокрема, здебільшого фокусуються дослідниками в плані «виникнення і регулярної діяльності в регіоні професійних виконавських колективів, солістів та систематичної концертної діяльності» (В. Теличко) [2, 42].

Однак, завжди передусім важливим є освітня компонента – реально діюча система професійної музичної освіти, до формування якої на Закарпатті першим долучився Зігмунд Лендєл (1892 – 1970): під його орудою упродовж 1920 – 1944 рр. діяла приватна музична школа. Для вихованців фортепіанного класу цієї школи З. Лендєл уперше на Закарпатті запропонував професійне поповнення національно наснаженого педагогічного репертуару у початковій музичній освіті («Пастораль», «Маленька фантазія», етюди, поліфонічні п'єси тощо) [1, 5]. З віддалі часу слід відзначити, що це був особливий дидактичний матеріал: його стильову основу складали постромантичні стильові дискурси, які ґрунтуються на мислеформах ідеалізації етнічних фольклорних традицій та прицільного опанування інтенціями щодо професіоналізації академічної музичної творчості.

Наприклад, у «Пасторалі» З. Лендєла – це драматургічно осмислений перебіг композиційної форми за ознаками поемності (ліричні відступи, підтекстові асоціації тощо), який включає також вишукані «маневри» варіантного переінтонування та варіаційної обробки базових інтонем тематичного матеріалу. У числі останніх – епічна модальність наспіву, гнучкий перехід від кантиленності до танцювальності, а також (і це вельми важливо) – техніка тематичної роботи зразка гайднівського та моцартівського симфонізму. Але що характерно: увесь інтонаційний процес огорнутий метафорою рефлексивного споглядання, що «осучаснює» інтонаційно-драматургічну перспективу тематизму п'єси.

Інший приклад – «Маленька фантазія» на старовинні угорські фантазії: у ній З. Лендєл також застосовує, так би мовити, наскрізну траєкторію розгортання «сюжету», що є властиво принципу поемності, але при цьому урізноманітнює її притаманними для класицизму раціонально налаштованим обробляннням тематичних осередків – у спосіб тематичної роботи, коли передусім показовими є фактурні та артикуляційні (штрихові, агогічні) зміни.

Не менш характеристичною на вираз є також «Пісня» для фортепіано З. Лендєла: дидактично вона спрямована на ментальну характерність закарпатської народної пісні – рефлексивно заангажованої роздумами та вчуваннями. І знову ж таки, як і у попередньо аналізованих п'єсах, композитор вельми скрупульозно покладається саме на драматургічну перспективу: від зачину як задуми (Andante); крізь власне «спів душі» (Fndantino); до мислеформи «вдарити лихом об землю» – чардашу.

Натомість у творчості Д. Задора маємо можливість споглядати інтенції щодо неокласичних стильових орієнтувань – коли є алюзія (букв. – натяк; вид непрямого цитування) щодо певного історично відомого репрезентанта. У «Скерцо», наприклад, це – алюзія на класичні моделі жанрової семантеми скерцо (жарту) у регламенті «емансипованого дисонансу» та атональних співвідношень, а також ексцентричних артикуляційних прийомів у моделі «Sprechstime» як мовленнєво виразного інтонаційного артикулювання музичної лексики. Своєю чергою, «Фуга» Д. Задора має у собі риси суто «бахівської» моделі артикулювання смислів у декламаційній манері та «пісенній» природі контрапунктичних проведень .

Ще однією знаковою постаттю щодо творення педагогічно орієнтованого творчого матеріалу є Еміль Кобулей – людина універсальних задатків щодо творення етнографічно орієнтованої музичної свідомості та професійних основ музичної освіченості [1, 34 – 35]. Вихованець видатних музичних теоретиків (А. Котляревський, С. Палюченко, С. Людкевич), Е. Кобулей зумів на високому професійному рівні відтворити технології стильової спеціалізації фортепіанного педагогічного репертуару в дусі постромантичних традицій. Так, у «Мініатюрі» – це патетичний дух шопенівських фортепіанних прелюдій; у «Прелюді» – мужньо-епічний дух лістівських симфонічних прелюдів, коли «укрупнюється» ліричний суб'єкт та його ментальна своєрідність у значенні «суб'єкта історії». Окрім того, саме у «Прелюді» (звернімо увагу на суто «чоловічу», як і в прелюдах Ф. Ліста, форму артикуляції жанрової форми) Е. Кобулей вдається до атрибутики вільного модуляційного плану – поза критеріями тісних функціональних співвідношень у межах основної тональності в ефекті «розширеної діатоніки» зразка С. С. Прокоф'єва та атональних співвідношень зразка глави Нововіденської школи А. Шенберга. Але усі ці стилістичні «блукання» композитор урівноважує «медитативними» ремісценціями у стилі «чуттєвого» класичного гармонічного виду ладу. Урешті-решт, до дидактичних завдань Е. Кобулей уводить також «випробування» на типову для фольклорної слов'янської лексики ладову перемінність: у п'єсі «Танок Мікі» (Міка – донька композитора) цілеспрямовано зіставляються однойменні мажоро-мінорні осередки та їхні ладові різновиди, що як дієвий прийом на ментальному рівні позначає психотип закарпатців – дуалізм рефлексії та заповзяття.

Своєю чергою, послідовники зачинателів професійної композиторської школи Закарпаття, серед яких чільне місце займає постать Іштвана Мартона, дедалі інтенсивніше розвивають вектор стилістичного та суто стильового урізноманітнення педагогічного репертуару піаністів-початківців [1, 42]. Так, у своїй «Елегії» для фортепіано композитор віднайшов власні кореляти семантики цієї «романтичної» за естетикою жанрової форми як смутку за втраченим: його осереддям постає інтонема емоційно збурених рефлексій фольклорного походження – патетика інструментальних форм музикування на цимбалах. Однак, у композиції «П'єса» композитор сягає ще більших аналогій із стильовими прикметами вже новітньої форми музичного «звукомислення» – творення музичної матерії посередництвом вишуканої «звукової ідеї». Тому у виразовому плані вирішальне значення має момент артикуляції – інтонаційного увиразнення тематичних проведень із гнучкою мінливістю метричних співвідношень та суто штрихових «формулювань» у проведенні певної інтонеми (декламації, урбаністики, загальних форм руху тощо). Усе це, отже, свідчить про інтелектуальну завантаженість тематичного процесування, яке було б достойною мислеформою входження у простір новітньої музичної свідомості.

Література:

1. Музика Срібної Землі. Твори для дітей та юнацтва. Том 1 / упоряд.і перед. В. Теличко. Ужгород : «Карпати», 2017. 184 с.

2. Теличко В. Дезидерій Задор і професійна композиторська традиція в Закарпатті в другій половині XX століття // Професійна музична культура Закарпаття: етапи становлення : зб. статей. Вип. 3. Ужгород : Всеукраїнське державне вид-во «Карпати», 2016.С. 42 – 47.

Залевська Олена, *аспірантка НАКККіМ,*
викладач сольфеджіо і музичної літератури,
ДШМ смт. Борова (Фастівський р-н, Київська обл.)

ДРАМАТУРГІЯ ЛІТУРГІЇ ВІЗАНТІЙСЬКОГО ОБРЯДУ ЯК РІЗНОВИД САКРАЛЬНОГО МУЗИЧНО-ВИДОВИЩНОГО ЖАНРУ

Літургія – сакральне, багатофункціональне дійство, що являє собою серце богослужбового циклу, динаміка якого розгортається від денного до тижневого кола. Це унікальний соціокультурний феномен, який здатен з'єднати в єдиному часопросторі найкращі, найцінніші духовні надбання багатьох поколінь, надати людині відчуття єдності зі всіма минулими та майбутніми поколіннями, відчути своє життя як частину Всесвіту, критично оглянути себе, як цілісну та відповідальну особистість, виявити свої прагнення та почуття, звірити їх з деякім етичним еталоном. «Божественная литургия не является притчей, она является реальностью… которую мы еще не можем воспринять в полноте и которая не может нам быть дана во всей силе и славе... Потому что литургия – не образ и не притча, а предвкушение, мы пред вкушаем вечность, участвуем в ней, приобщаемся ей.» [3]

«Сакральний час не лінійний. Минуле, сьогодення і майбутнє не відділені один від одного, але є вимірами актуальності…»[1].Літургія задовольняє одночасно кілька потреб людини, виконуючі такі функції, як: комунікативну – надає почуття приналежності до певної соціальної спільноти; етико-педагогічну – бо нагадує загально-етичні норми існування людини у соціально-побутовому просторі; психо-терапевтичну – тому, що допомагає відновлювати духовну цілісність та душевну рівновагу через таїнство сповіді; естетичну – бо глибина сакрального дійства набуває значення завдяки мистецькому комплексу; просвітницьку – тим, що має у своєму центрі сумісне читання та тлумачення священних текстів; есхатологічну – бо надає людині образ майбутнього вічного існування у Всесвіті завдяки таїнству причастя.

Розглянемо драматургію Літургії Іоана Златоустого. Вона має вступ (Проскомідію) та дві основні частини: Літургію оголошених і Літургію вірних. Богослужбовий спів є одним із елементів сакрального дійства у комплексному поєднанні архітектурно-акустичного, образотворчого, тактильне-чуттєвого, інтелектуального впливу на розум, душу та фізіологічний стан людини. Музична драматургія літургії побудована на поєднанні респонсорного, антифонного, хорового та загального співу. Їх розташування виконує функцію об'єднання усіх присутніх під час богослужіння в єдине ціле, поступово керуючи психо-емоційним станом цієї спільноти, виховуючи відповідні почуття. Три Зображальних недільних антифона з «Єдинородним Сином» нагадують експозицію сонатно-симфонічного циклу: перший і другий антифони «Благослови, душе…» і «Хвали, душе…» можна розглянути як «головну партію» парної варіативної строфічної структури, причому функція першого – заспокоїти розум та надати можливість емоційного та розумового відмежування від повсякдення, функція другого – піднесення на новий рівень у стан натхнення і подальшого розкриття душі у «горизонтальному» просторі. Переважно в обіході використовують світлі мажорні тональності – Фа, Соль мажор. «Єдинородний Сине» - після короткої псалмодії «Слави… і нині…» починається занурення у глибини свідомості та єднання з вічним еталоном Істини – це перший крок у таємну царину сакрального – концентрація уваги розуму та почуттів на єдності з Ісусом Христом. У музичному сенсі це функція «побічної партії», яка підкреслюється контрастною мінорною тональністю та переходом майже на псалмодію: просте співвідношення акордів у поєднанні з текстом створює почуття очікування чогось вкрай важливого, і воно настає: після Малої єктенії відбувається кульмінація першої частини літургії – Малий вхід , відкриваються Царські врата – і разом символічно відкриваються серця присутніх, бо третій антифон «Во Царствії Твоєм…» – це знову новий рівень, рух вже по «вертикалі» в глибину. Цей фрагмент переважно мінорного, або мажоро-мінорного ладу, мелодично більш розвинутий («заключна партія» експозиції. Третій антифон – дійсно завершує внутрішню самоорганізацію душевного стану: приводить до стану каяття (приєднуючись у думках до слів розбійника) та живіть душу надією на милість Божу у переліченні «блаженств». Начебто сплітає в єдиний унісон всі окремі «голоси» почуттів – знедолених, вбогих духом, плачучих, вигнаних за правду, лагідних, миротворців… Перед Богом зараз усі постають у єдності, готові достойно славити, співати святкові піснеспіви, навчатися в Апостолів і в Слові Божому, спільно молитися за всіх і кожного. Драматургічно цей розділ служби

по аналогії з музичної формою можна розглядати як розділ розробки. Респонсорний тип піснеспівів розряджає концентрацію та напруження під час слухання читань священних текстів та слухання проповіді пастиря. Варто відзначити, що класичні зразки циклів мають риси симфонізації жанру, яка виявляється у відданні переваги незавершеним каденціям, модуляційним строфам, запобіганні замкнутих форм на початку літургії оголошених, крім гімну «Святий Боже..». Навпаки, основна частина богослужіння, літургія вірних, що містить «Херувимську» в обрамленні єктеній та «Милість спокою…», «Достойно є...» – різнохарактерні гімни замкнутих закінчених форм. Індивідуалізація мелодики гімнів, що надає можливість проявити хору свою професійну майстерність, та отримати духовне й емоційне задоволення від краси співу врівноважується спільним хоровим співом загально-відомих молитов «Вірую…» та «Отче наш…» – це важливий момент єднання думок, почуттів усіх присутніх, кульмінація радості, багатогранний вимір – «вертикаль», що прямує вгору, надихає і переповнює почуттям соборності. В концертно-симфонічному жанрі обов'язково присутній момент каденції – віртуозного фрагмента соліста. Аналогією з цим в Літургії має так званий Запричасний концерт. Це той момент, коли священник виходить сповідати бажаючих, а хористам надається можливість проявити свою творчу винахідливість та професійну майстерність – тут можуть бути виконані авторські твори або народні канти, прочитані фрагменти навчальних бесід, житія святих тощо. Духовною та драматургічною кульмінацією Літургії, безумовно, є момент прийняття Святих Дарів – це таїнство єдності з Ісусом Христом, це момент катарсису, новоутворення особистості. Але у музичному сенсі це повинен бути (і так є в традиційному обіході) аскетичний мотив, який не повинен своєю красою привертати на себе увагу, бо у цей час головним є те, що відбується на сходах Царських врат. Краще, щоб це були мелодії в світлих мажорних тональностях мирного, радісного, або лагідного характеру.

Церква впродовж багатьох віків була для українського народу тим об'єктом, в який вкладали найкращі досягнення українського творчого генія. Дослідниця культури та мистецтва української діаспори Ганна Карась відмічає, що «всюди, де на постійно поселялися українці за кордоном, вони найперше будували свою церкву. Впродовж ХХ ст. постали тисячі українських церков на всіх континентах світу – від скромних дерев'яних до велично мистецьких. Усюди в них звучав український духовний спів» [2, с. 200]. Збереження та подальший творчий розвиток традицій українського богослужбового співу, безумовно, може стати фактором духовного зміцнення нації.

Сакральність, як визначальна риса феномена духовної музики «не лише підсилюється музикою, але й продукується музичною складовою явища, адаптуючи статику сакрального до постійно мінливого, динамічного світу» [4], саме духовна музика, «як носій сакральних смислів у співдії з іншими видами храмового мистецтва перетворює статику богослужбового дійства у живий образно-динамічний процес і трансформується у площину смисложиттєву, чим сягає якісно вищого, соціокультурного побутування»[4].

Література:

1. Гаврилюк Т. Сакральний простір і час як посердник природного та надприродного світів. http://newacropolis.org.ua/theses/91834e69-d28f-4f1b-b147-f8698df5af3c
2. Карась Г. Музична культура Української діаспори у світовому часопросторі ХХ століття. І.-Ф. 2012.
3. Сурожский Антоний, митрополит. О Божественной Литургии. (http://www.mitras.ru/church/ch_09.htm
4. Харитон І. Феномен духовної музики в української православної традиції./ Автореф. дис. … канд. філ.наук. К.2006.

Ковтун Андрій, *студент магістратури НАКККіМ*

ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ І ПОСТАНОВКИ МЮЗИКЛУ

При написанні мюзиклу в авторів та композиторів зазвичай присутнє розуміння, що для написання сценарію та лібрето, ідеї слід шукати в літературних творах. Це чітко прослідковується у роботах таких відомих композиторів як: Ірвінг Берлін, Джеррі Херман, Стівен Шварц, Леонард Бернстайн, Джером Керн, Річард Роджерс, Стівен Сондхайма, Курт Вейл та інші. Аналізуючи мюзикли та спираючись на попередні дослідження, можна виділити такі основні прийоми й способи

написання мюзиклу, в яких використовуються література та першоджерела, як «інсценізація», «по мотивах», «осучаснення» та «запозичення».

Інсценізація – це перевтілення літературно твору, що дає можливість представити його на сцені, телебаченні чи радіо. Вона має на меті, передати ідейний та художній зміст твору, також сюди можна віднести інтерпретацію. До числа мюзиклів інсценізацій відносяться: «Ромео і Джульєтта», «Звуки музики», «Евіта», «Моя прекрасна леді», «Собор Паризької Богоматері», «Знедолені», та інші. Написання «по мотивах» на відміну від «інсценізації» має на увазі лише використання головної ідеї, або окремих фрагментів літературного твору. До мюзиклів які створювались «по мотивах» можна віднести такі приклади, як «Діти Едему», «Зла», «Кішки», «Зоряний експрес», «Жінка в білому», «Зорро», «Останнє випробування» та багато інших.

Спосіб осучаснення, використовувався та використовується авторами неодноразово. Яскравим прикладом цього є мюзикли «Поцілуй мене, Кейт!» та «Вестсайдська історія» які є переробками шекспірівських трагедій «Приборкання норовливої» та «Ромео і Джульєтта». Також до прикладів методу «осучаснення» можна віднести чеський мюзикл «Дракула. Легенда повертається» та мюзикл «Ассоль», який написаний за мотивами повісті О. Гріна «Пурпурові вітрила».

Способом «запозичення» з художніх творів та літератури, народного епосу, біблійських сюжетів, міфології та інших джерел, теж не нехтую творці мюзиклів. Такими прикладами є «Ісус Христос Суперзірка», «Йосип і його дивовижний, різнокольоровий плащ снів», «Священне писання» написані британським композитором Ендрю Ллойд Веббером. До когорти мюзиклів, при написанні яких застосовується спосіб «запозичення» можна віднести мюзикл С. Сондхайма «В ліс», який заснований на матеріалах запозичених з відомих казок.

Метод пошуку ідей та матеріалів для написання мюзиклу в літературі хоч і не є єдиним, але на нашу думку являється одним з основних. Щоб музично-театральний продукт був успішним, зрозумілим, цікавим і отримав схвалення у широкого загалу, автори більшою чи меншою мірою повинні на щось спиратись. Згодом, після кропіткої праці, коли нарешті сюжетна лінія і лібрето написані й сформовані, персонажі та взаємодія між ними створена, настає наступний етап, від якого залежить те, чи матиме мюзикл право на життя та успіх. Він має назву – постановка.

Ключовим і першочерговим в цьому етапі є пошук менеджера чи продюсера, людини, що зможе добути все необхідне (включаючи фінансування та ін.), а також займеться питанням просуванням й реалізацією готової продукції під назвою мюзикл. Важливим в цьому питанні є правильна презентація, яка проводиться багаторазово і має на меті зацікавити не лише продюсерів чи менеджерів, а й власників театрів, інвесторів, членів творчої команди та інших учасників реалізації творчого процесу в майбутньому. Презентація це не показ всього мюзиклу повністю, а лише конспект і демонстрація, переважно самим автором, головних та ключових номерів музичної вистави. Якщо все проходить успішно, менеджера чи продюсера зацікавив проект і він погоджується взятись за нього, настає черга підбору творчо-організаційної команди.

Завдання цієї команди полягає в втіленні на сцені того, що до цього існувало лише на паперах і в уяві автора. В дане творче об'єднання водять: режисер-постановник; диригент оркестру; балетмейстер; художник по світлу, декораціям та костюмам; аранжувальник та інші. Ключовою в даній команді являється фігура режисера-постановника. Він являється посередником між авторами та тими людьми які займаються втіленням мюзиклу в життя, в першу чергу акторами. Всі свої зауваження, побажання, думки творці в першу чергу висловлюють йому, а не на пряму виконавцям. Для того щоб процес постановки просувався успішно, кожен повинен займатись своїми завданням і справою і не вмішуватись, в справи й завдання інших.

Поки творча команда працює над музичною виставою, а продюсер чи менеджер шукає фінансування і веде перемови з театрами та вирішує всі адміністративні питання, починається процес прослуховування і відбору акторів, артистів-вокалістів та балету. Тих то буде безпосередньо демонструвати на сцені даний задум. Після чого починаються довгостроковий етап репетицій, а згодом і показів. Термін репетицій залежить від складності написаного матеріалу, та успіху їх проведення. Наприклад, мінімальний репетиційний термін бродвейських мюзиклів займає п'ять тижнів і починається спочатку з танцювальних номерів, а все інше репетирується вже згодом. Репетиційний процес акторів та артистів-вокалістіві, хореографів, артистів оркестру проходить в

різних приміщеннях, і лише згодом всі вони збираються на спільні прогони (спільні репетиції). За прогонами слідують попередні покази мюзиклу, на якому зазвичай присутні друзі, колеги, родичі та близькі люди, творців та учасників музичної вистави. В ході попередніх показів мюзикл ще піддається корегуванням.

І нарешті після цієї довгої, важкої та продуктивної роботи, настає день прем'єри. Перед глядачем демонструється в закінченому, на даному етапі, вигляді мюзикл.

Література:

1.Монд О.Л. Значение литературной основы либретто для создания мюзикла как произведения музыкально-драматического искусства // Отечественная и зарубежная литература в контексте изучения проблем языкознания. Книга 5.: Монография. Краснодар: АНО «Центр социально-политических исследований «Премьер», 2012. С. 3-23.

2.Монд О. Литературное произведение как основа для создания сценария и либретто мюзикла // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XVI междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: СибАК, 2012.

3.Френкель А. Writing the Broadway Musical, Da Capo Press, 2000. 288 p.

Лукашова Олена, *аспірантка НАКККіМ,*
заслужена артистка України,
солістка академічного ансамблю пісні і танцю ДПСУ,
доцент НАКККіМ

МУЗИЧНІ ТРАДИЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ АРМІЇ: ЗВ'ЯЗОК ПОКОЛІНЬ

Стрімкі темпи зрушень, підвищена інформаційна насиченість, складність геополітичної ситуації в країні призвели до того, що українська армія виходить на передові позиції суспільного життя. Великі надії покладаються на прискорену модернізацію армії, удосконалення її обороноспроможності, і віримо, що в майбутньому українська армія стане на один щабель з передовими арміями світу. Але немає майбутнього без минулого, без традицій, які пов`язують нас із попередніми поколіннями, передаючи нам дорогоцінний досвід предків. Цей досвід ми отримуємо саме через традиції.

Термін «традиція» походить від лат. traditio (переведення, переказ) означає спосіб передачі етнічного досвіду від одного покоління до іншого у вигляді звичаїв, порядків, правил поведінки, соціально – політичної та культурної діяльності. Належне місце серед традицій займають військові традиції, які культивують найбільшу святість воїна – ідею державної незалежності, а також передають ставлення до зброї, до військових, героїчних подвигів, тощо. Існує ще багато видів військових традицій , наприклад бойові традиції, традиції військового побуту та ін. Сучасна українська армія тісно пов'язана з традиціями минулого. Це стосується не тільки нововведень у військовій формі, на якій ми можемо бачити елементи форми початку XX ст.. Також відбулися зміни у вітанні військовослужбовців. Знову ми чуємо вітання: « Слава Україні! » з відповіддю: « Героям Слава! » . Військові ритуали теж мають чимало елементів минулого, особливо це стосується їх музичного оформлення. Музика звучить при прийнятті військової присяги,внесенні бойового прапора, вручені нагород й бойових реліквій, при проведенні стройових оглядів, парадів, при розведенні караулу, тощо.

Звернення до найкращих взірців національної музики різних історичних періодів України є патріотичним вихованням особового складу військовослужбовців засобами музичного мистецтва. Багато творів української військової музики було втрачено, а-то й навмисно знищено тоталітарним режимом.

Все ж дочекалися на своє повернення старовинні козацькі марші і величезний пласт музики січового стрілецтва, що налічує півтисячі оригінальних національно – патріотичних пісень, в основному маршового характеру, тому що провідне місце в системі військових ритуалів належить саме маршовій музиці.

У відродженні такої музики значну роль відіграли військові диригенти. Була відроджена творчість фундатора військово-оркестрової музики, композитора і військового диригента Михайла Гайворонського, який написав значну кількість пісень і оркестрової музики. Усвідомлення головного завдання – здобуття незалежності рідного краю було визначальним у середовищі січових стрільців, і перегукується із сучасною концепцією незалежної України, на якій відбувається розбудова Збройних Сил. Також вона передбачає зміни у репертуарній політиці та вимагає забезпечення військових ритуалів українським національним матеріалом. Так, наприклад, Державний гімн України «Ще не вмерла України» , написаний ще у 1863 році виконується під час ритуалу Почесна варта; стрілецька пісня – гімн «Ой, у лузі червона калина» під час ритуалу стройовий огляд; марші «Січова слава» та «За Україну, за рідну землю» – під час проходження урочистим маршем. Таким чином, ми бачимо, що традиції пов'язують різні покоління, і цей зв'язок поколінь дуже міцний, позитивний і дуже необхідний у наш нелегкий час.

Неможливо не відзначити ще одну визначну мистецьку подію параду до Дня незалежності України, що відбувся 24 серпня 2018 року, – це спільне виконання гімну ОУН, який має назву «Марш українських націоналістів», який написаний у 20х рр.. ХХ ст. на слова Олеся Бабія. Авторство музики приписують Омеляну Нижанківському, хоча документальних підтверджень цьому немає. У 1932 р. ця пісня затверджена Проводом ОУН як гімн організації. І лише на початку 2017р. цей твір було реанімовано відомим виконавцем Олегом Скрипкою і групою українських музикантів. Та 24 серпня 2018р. на військовому параді до Дня незалежності України, прозвучав адаптований до сучасних умов варіант пісні. Тепер він називається «Марш нової армії» і став неофіційним гімном Збройних Сил України. Надзвичайної урочистості і виразності йому надало виконання твору зведеним хором і оркестром провідних військових колективів України: Ансамблю пісні і танцю Збройних Сил України, Державної прикордонної служби України та Національної гвардії України та ін. Так музичні традиції армії продовжують своє існування і в наш час, і ми пишаємося цим.

Таким чином, військові музичні традиції виступають важливими засобами військово-патріотичного виховання у Збройних Силах України. Збереження існуючих і розвиток нових прогресивних військових традицій можна вважати важливою складовою у формуванні активної громадянської позиції та патріотизму особового складу. А відтворення і використання музичної культури попередніх поколінь веде до естетичного виховання військовослужбовців, підвищення їх культурного рівня, до збереження культурних надбань наших предків, а також національно – патріотичного виховання засобами музичного мистецтва.

Література:

1. Деркач В. Дорогою покликання : Збірка / за заг.ред. О.П. Гормана, І. П. Чернової. Львів, АСВ , 2001. 148 с.
2. Серых В.Д. Воинские Ритуалы. 2е изд., перераб. и доп. Москва : Воениздат, 1986. С. 58–61.
3. Чернова І.В. Становлення Військово – оркестрової служби Збройних Сил України : історико-культурний аспект // Військово-наук. вісник. Вип.10. Львів. 2010.

Підіпригора Вікторія, *студентка магістратури НАКККіМ*

БАЛЕТ С. ПРОКОФ'ЄВА «РОМЕО І ДЖУЛЬЄТТА» – ВЗІРЕЦЬ КОМПОЗИТОРСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ

Інтерес до творчості С. Прокоф'єва як до особливого художнього феномену у широкому інформаційному полі сучасної культури не втрачає своєї актуальності, більш того, можна відмітити зростання інтересу до його мистецької спадщини. С. Прокоф'єв – один з найяскравіших композиторів ХХ століття, який сміливо «підривав» канони композиторського мистецтва свого часу, зумів породити власну стрункy систему виразових засобів в зазначеній сфері музичного мистецтва. Хоча на сьогодні, творчості С. Прокоф'єва присвячена значна кількість музикознавчих, мистецтвознавчих та культурологічних дослідницьких робіт, однак кожне нове звертання до неї

лише виявляє невичерпність головного предмета вивчення – особистості та музики С. Прокоф'єва [1].

Проблеми музичного мистецтва постійно перебувають в центрі музикознавчої уваги, а сформована на сьогодні теорія фортепіанного виконавства виступає низкою самостійних наукових концепцій, присвячених питанням інтерпретації творів, їх стильового аналізу, проблемам теоретичного узагальнення й систематизації практичних спостережень. Разом з цим, проблема балетної музики, в цілому і у творчості С. Прокоф'єва, зокрема, виявилася недостатньо вивченою, що й пояснює актуальність та наукову перспективність даної теми [1].

Творча спадщина Сергія Прокоф'єва – численна та різноманітна. Багатогранність творчих пошуків С. Прокоф'єва дозволяє говорити про нього як про майстра, якому підвладні чи не всі жанри, що панували і активно розвивалися в музичному мистецтві на початку XX століття. Ним створено 11 симфоній, 7 опер, 7 балетів, безліч концертів і різних інструментальних творів. Але вершиною його творчості є балет «Ромео і Джульєтта», про який мова йтиме далі.

Аналізуючи даний балет дослідник В. Ванслов пише таке, балет С.Прокоф'єва «Ромео і Джульєтта» один із видатних творів світового музичного мистецтва. Він писався у 1935–1936 рр. Завдання втілення знаменитої трагедії Шекспіра на балетній сцені було новаторським. У її розв'язанні композитор досягнув справді шекспірівської глибини, по-своєму «прочитав» першоджерело, побачив його події очима сучасника [2].

У балеті збережено головних персонажів, послідовність сцен, сюжетну тканину трагедії Шекспіра. Проте сутність конфлікту передано більш сконцентровано, стисло й лаконічно, посилено драматичні контрасти. Кожна сцена балету – етап розвитку внутрішнього дійства в розкритті доль головних героїв.

Події балету розгортаються в добу Відродження на тлі життєрадісних вулиць і площ італійського міста Верони. Пожвавленій життєрадісній музиці протистоять грізні драматично напружені епізоди, пов'язані з кровною ворожнечею і лютою зненавистю сімейств Монтеккі й Капулетті. В атмосфері цієї ворожнечі зароджується й розквітає поетичне кохання юних Ромео і Джульєтти, які належать до двох ворогуючих родин.

Підтримуємо думку В.Ванслова, що в балеті С. Прокоф'єв проявив дар драматурга, що відобразилось у розробці музичних характеристик дійових осіб. Поряд із широкими, патетичними сценами, що символізують кохання Ромео й Джульєтти, кожен із героїв виступає як індивідуально-своєрідна особистість, наділена власною музичною характеристикою, що розвивається впродовж вистави [2].

Ромео на початку змальований як юнак, пройнятий романтичною млістю, хоч йому й не чужі веселий дотеп, пустотлива забавка. Після зустрічі з Джульєттою в ньому розгоряються палкі почуття, що знаходять вираження в світлих ліричних мелодіях його монологів і дуетів. Такий же багатогранний і образ Джульєтти. Спочатку вона постає як пустотливе дівчисько. Але з веселої дівчинки перевтілюється у трагічну героїню, сповнену величезної сили.

Жах, страшні передчуття, кохання, що надає сил випити отруту, передаються з неперевершеною впевненістю. У музичних темах, що характеризують юних веронців, щирість і ніжність, поривання та пристрасть, надія та відчай. В розквіті високого поетичного почуття і в трагедії загибелі Джульєтта одностайна з Ромео. Поряд з головними героями С. Прокоф'єв змальовує й інші персонажі, які беруть участь у розгортанні подій [2].

Підсумовуючи вище сказане і поділяючи думку дослідника В. Ванслова, можна зробити наступні висновки, музика С. Прокоф'єва є яскравою самобутньою й по-справжньому новаторською, яка разом з тим глибоко пов'язана з традиціями балетного театру. Балет, С. Прокоф'єва перейнятий танцювальними ритмами, в той же час він дійовий й симфонічний, тобто наділений конкретною драматургією, єдністю розвитку, розмаїттям виражальних засобів, підпорядкованих хореографічній образності.

Багатство музичної драматургії «Ромео і Джульєтти» С. Прокоф'єва створює благодатну основу для сценічного втілення балету, служить стимулом для балетмейстерської й виконавської фантазії, вимагає новаторства в хореографії. Це багатство не одразу було оцінене діячами музичного театру. Першу редакцію балету не було прийнято до постановки. В Росії він побачив рампу 1940 року в Ленінградському театрі опери та балету ім. С. Кірова в постановці Л. М. Лавровського, для якої С. Прокоф'єв створив нову редакцію.

З того часу балет С. Прокоф'єва завоював всесвітнє визнання як завдяки постановкам у різних театрах світу, так і завдяки виконанню оркестрових сцен з балету [2].

Література:

1. Аїсі Концертність як стильова парадигма фортепіанної творчості С. Прокоф'єва : автореферат... канд. мистецтвознав., спец.: 17.00.03 – музичне мистецтво / Аїсі. Одеса : Одеська нац. музична акад. А.В. Нежданової, 2016. – 18 с.

2. Ванслов В. Про балет «Ромео і Джульєтта» С. Прокоф'єва. URL: https://docviewer.yandex.ru/view/0/?*=Z9etPPksBiIe1cb8ZL2TZDQ1h3d7InVybCI6Imh0dHA6Ly93d3cyLm9wZXJhLmNvbS51YS9maWxlcy8zOC9Sb21KdWwtc3RhdGlhLnBkZiIsInRpdGxlIjoiUm9tSnVsLXN0YXRpYS5wZGYiLCJ1aWQiOiIwIiwieXUiOiIyMDA0MDMyOTIxMzMyMDA3MjI3Iiwibm9pZnJhbWUiOnRydWUsInRzIjoxNTQyNjAzMTk5NTczLCJzZXJwUGFyYW1zIjoibGFuZz11ayZuYW1lPVJvbUp1bC1zdGF0aWEucGRmJnRtPTE1NDI2MDMxODMmdGxkPXJ1JnRleHQ9JUQwJUIxJUQwJUIwJUQwJUJCJUQwJUI1JUQxJTgyJUQwJUI4JTIwJUQwJTlGJUQxJTgwJUQwJUFJUQwJUJBJUQwJUFJUQxJTg0JTI3JUQxJTk0JUQwJUIyJUQwJUIwJnVybD1odHRwJTNBJTJGJTJGd3d3Mi5vcGVyYS5jb20udWElMkZmaWxlcyUyRjM4JTJGUm9tSnVsLXN0YXRpYS5wZGYmbHI9MTA1OTAmWltZT1wZGYmbDEwbj11ayZzaWduPTEzMzU1OTI3ZWFiODY3N2JhZDg4OGYwYzQ3ZTQ0N2ZkJmtleW5vPTAifQ%3D%3D&page=1&lang=uk

Ревкало Антоніна, *аспірантка*
Навчально-наукового інституту музичного мистецтва
Дрогобицького державного-педагогічного
університету ім. Івана Франка

УКРАЇНСЬКЕ ЕСТРАДНЕ МУЗИЧНЕ МИСТЕЦТВО ДЛЯ ДІТЕЙ МЕЖІ XX – XXI СТ. В «ІНТЕР'ЄРІ» ПОСТМОДЕРНУ

Постмодерний простір української національної музичної культури нині оснащений надзвичайно цікавими культуротворчими проектами, з-поміж яких осібним чином фігурують фестивалі естрадного співу для дітей. Практика проведення подібних мистецьких акцій в особливо яскравий спосіб увиразнює культурницькі ініціативи – в модусі «викликів» сьогодення. Адже попереднє століття, що було для українського естрадного мистецтва полем ідеологічного кореляту, хизувалося хіба що «художньою самодіяльністю» – штучно витвореною формою «культурного дозвілля мас».

Поміж тим, на сьогодні маємо усі підстави стверджувати про народження моделі посттрадиційного професіоналізму, що має місце як у професійній музичній творчості, так і в просторі так званої «масової культури». Щоправда, щодо останньої й по сьогодні виникає низка гостро артикульованих запитань [1]. Здебільшого такі питання розпочинаються із моменту з'ясування того – «що» саме значить «масова» культура? І це при тому, що дискусії з цього приводу точаться від початку XX століття [2; 3]. Однак, розглядаючи парадокси та конструкції «масової культури» у контексті соціокультурних реалій нинішнього часу можна дійти висновку, що саме в «інтер'єрі» постмодерну власне естрадне музичне мистецтво для дітей набуло ознак важливого культуротворчого чинника.

Так, з одного боку, фестивалі естрадного співу для дітей стали своєрідною візиткою міст, селищ, регіонів та нашої країни в цілому, і фактично кожен такий фестиваль вносить свою «барву» до багатої на темброві відтінки палітри української співочої традиції; але з іншого – найбільш очевидним чином свідчать про глобальні духовні перетворення межі II–III тисячоліть. Адже на сьогодні незалежно від вікової категорії нинішні діти спеціалізовано навчаються естрадному співу, є максимально відкритими перед інформаційним простором світу; у тому ж числі – іншомовному просторі, що надає можливість повноцінно адаптувати іноземний репертуар. А отже, саме «відкритість» музичної свідомості перед розмаїттям стилів, виконавських манер та репертуаром і є тим ментально необхідним змістом, що забезпечує динаміку стильових перетворень в українському естрадному мистецтві початку XXI століття.

Однак, таке явище, як фестивалі естрадного співу для дітей в Україні межі XX – XXI ст. заслуговує бути осмисленим у сучасному науковому вимірі – у дискурсах базових мистецтвознавчих категорій та методології аналізу мистецьких явищ в історично актуальному соціокультурному контексті. Зокрема, первинне значення про цьому ймовірно матиме момент

історично актуального тлумачення поняття «естрадне мистецтво» у пострадянському просторі української музичної культури – на тлі парадоксів та конструкцій так званої «масової культури». Услід за тим необхідним бачиться маневр осмислення «нелінійного» аналізу ментального змісту естрадного музичного мистецтва в Україні межі ХХ – ХХІ століть, коли, з одного боку, нівелюється «дорівнювання» щодо певного стереотипу; з іншого – діагностується реальний вміст явища естрадного музичного мистецтва в Україні для дітей.

Своєю чергою, безпосередньо практичний інтерес представляє собою вже сама історія проведення фестивалів естрадного співу для дітей в Україні на межі ХХ – ХХІ століть – у намірі осмислення їхніх концепцій та критеріїв оцінювання учасників. Адже навіть попередньо є підстави стверджувати, що фестивальний «рух» в Україні межі ХХ – ХХІ ст. є свідченням зміни духовно-стильових пріоритетів практики естрадного співу дітей, оскільки стильові, жанрово-стильові та інтонаційно-тематичні орієнтування репертуарного забезпечення загально виявляють динаміку перетворення моделі «художня самодіяльність» у професіоналізацію естрадного співу. Інакше кажучи, ретроспективний аналіз досвіду естрадного співу дітей в Україні упродовж кінця ХХ – початку ХХ століття у розрізах виконавського амплуа та стилістичного ресурсу репертуару є вагомою підставою для аналізу «викликів сучасності» у плані зіставлення із певними «традиціями». У тому ж числі, надто вагомим є аспект аналізу модальної форми «зірки» естрадного співу серед дітей, яка беззаперечно є свідченням реалій художніх смаків.

Таким чином, зважаючи на нинішню динаміку стильових перетворень в українському естрадному музичному мистецтві для дітей, маємо можливість прогнозувати перспективи його розвитку у вигляді фестивалів – таких, які б уневажнювали практику зразка «художньої самодіяльності» і натомість пропагували національно своєрідний та водночас синтезований в історичній множені систем дискурс естрадного співу.

***Література*:**

1.Войнаровський Ю. Роль Міжнародної Ради Організацій фестивалів фольклору і традиційних мистецтв у розвитку та популяризації традиційної народної культури / Ю. Р. Войнаровський // Міжнародно науково-практична конференція «Процес соціалізації у контексті традиційної культури». Харків, обласний центр народної творчості. Харків : Регіон-інформ, 2000. С. 42 – 47.

2.Корнієнко Н. Масова й елітарна культура в «інтер'єрі» постмодернізму / Н. М. Корнієнко // Українська художня культура : навчальний посібник / за ред. І. Ф. Ляшенка. Київ: Либідь, 1996.С. 353–364.

3.Черкашина Л. Людина і мистецтво в техносфері: проблеми масової культури у світі й в Україні / Л. С. Черкашина // Українська художня культура : навчальний посібник. Київ : Либідь, 1996. С. 332–352.

Романец Дар'я, *аспірантка НАКККіМ*

ДИТЯЧА ОПЕРА І. ЩЕРБАКОВА «ПАСТКА ДЛЯ ВІДЬМИ»: ДО ПИТАННЯ ЗАПОЗИЧЕННЯ МУЗИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасній світовій музиці, в тому числі й українській, повсюдно виникають суміщення, зіставлення різних історичних пластів, використовується досвід, який накопичено минулими поколіннями митців. Термін «полістилістика» увійшов в музикознавчий словник завдяки відомому композитору, педагогу-теоретику Альфреду Шнітке – реформатору музичної культури ХХ ст. У своєму дослідженні «Полістилістичні тенденції сучасної музики»[3], розмірковуючи про можливість проведення класифікації прийомів використання композиторами стороннього стилю, А. Шнітке одним з методів вважає «принцип цитування». За його думкою, цей метод містить в собі як пряме цитування, так і «техніку адаптації» [3, 328].

А. Шнітке зазначає, що одним з проявів принципу цитування є використання у власному музичному творі цитат – точних або перероблених. Технікою адаптації він вважає «переказ стороннього нотного тексту власною музичною мовою або ж вільний розвиток стороннього матеріалу в своїй манері» [3, 329]. В галузі музичного мистецтва адаптація, як правило, пов'язана з пристосуванням чужого музичного матеріалу до умов авторського тексту. Це пристосування

здійснюється за допомогою засобів музичної виразності, які видозмінюють текст запозиченого матеріалу в кінцевому творі, в порівнянні з вихідним.

Як справедливо вказує дослідниця С. Анохіна, сучасні композитори зайняті пошуками органіки. Розвиток полістилістики рухається до «поступового подолання швів в композиції – до розмивання меж між «своїм» і «чужим словом», від установки на інновацію композитори переключилися на асиміляцію» [1, 108].

Яскравим прикладом такої тенденції є дитяча опера відомого сучасного українського композитора І. Щербакова «Пастка для Відьми», яку було створено за мотивами опери-казки К. Стеценка «Івасик-Телесик» [2]. В опері фрагментарно присутній музичний матеріал К. Стеценка, однак сучасний композитор повністю переосмислює його. Дані принципи роботи з запозиченим музичним матеріалом цілком відповідають визначенню окремих технік полістилістики, які визначив А. Шнітке – цитуванню та адаптації.

Техніку цитування І. Щербаков використовує, переважно, у сольних номерах, таких як, Арія Охріма (Сцена II), Арія Відьми (Сцена III), Пісня-танець Оленки (Сцена IV) та ін. Перелічені музичні фрагменти майже повністю збережені відповідно до твору К. Стеценка.

Техніку адаптації, у тому чи інакшому вигляді, можна спостерігати протягом усієї опери І. Щербакова. Слід зауважити, що запозичений матеріал має суттєві відмінності від першоджерела К. Стеценка. Ці відмінності спостерігаються на рівні інструментальних засобів, до яких відносяться темброві, динамічні, штрихові і реєстрові засоби. Основні зміни структури різних видів запозичення відбуваються шляхом цих засобів. Крім перерахованих, для адаптації характерна деформація за допомогою мелодійних засобів, що включають ритм та інтонацію. Наприклад, початковий шоститакт оркестрового вступу збігається із твором К. Стеценка. Однак, в останнього весь музичний матеріал вступу побудований на варіаційному розвитку початкової ритмоформули, а в творі І. Щербакова зазначене цитування у вступі більше не з'являється. Схожі прийоми роботи з запозиченим матеріалом І. Щербаков використовую протягом опери неодноразово.

Слід зазначити, що І. Щербаков використав полістилістичні прийоми не тільки на музичному рівні, а й на драматургічному. Внаслідок змін традиційного сюжету в опері з'являються нові, несподівані для української народної казки персонажі – детективи [4, 60]. Таким чином, поєднуючи традиційний казковий фольклорний сюжет з елементами детективного жанру, композитор осучаснює казку, яка стає більш привабливою для сучасної дитячої аудиторії.

На основі порівняльного аналізу дитячої опери І. Щербакова «Пастка для Відьми» з оперою-казкою К. Стеценка «Івасик-Телесик» було визначено, що, створивши сучасний твір за мотивами опери-казки початку XX ст., І. Щербакову вдалось органічно поєднати сучасну музичну мову з традиціями світової та української музичної культури. Було виявлено, що композитор, у роботі з музичним матеріалом використовує, переважно, техніки цитування та адаптації.

Література:

1.Анохина С. В. Полистилистика как проявление постмодернизма в музыке. Теория и практика общественного развития. 2009. № 1. С. 107-110.

2.Стеценко К. Г. Івасик-Телесик: опера-казка на три дії; лібретто М. Кропивницького. К. Г. Стеценко. Дитячі опери. Київ: Мистецтво, 1964. С. 11-174.

3.Шнитке А. Г. Полистилистические тенденции современной музыки. Холопова В. Н., Чигарева Е. И. Альфред Шнитке. Москва: Советский композитор, 1990. С. 327-331.

4.Щербаков І. Пастка для Відьми: дитяча опера на одну дію (клавір). Рукопис, 1997. 150 с.

Свірський Ілля, *студент магістратури НАКККіМ*

«ІНДІ» РОК ТА ЙОГО ВИКОНАВЦІ (ТВОРЧИЙ СКЛАД ТА НСТРУМЕНТАРІЙ)

Музична мова безкінечно різноманітна у XXI столітті. Вона яскрава, багатогранна та не перестає розвиватися. Кожна її складова: мелодія, гармонія, ритм, тембр – знаходиться у постійній трансформації під впливом як художніх, так і соціально-економічних, культурних факторів. Музична індустрія постійно «підлаштовується» під вподобання слухача, і цей процес набирає

великих темпів з другої половини XX століття. Глобалізація дозволила діалогу музичних культур та мислення розкритися зі всією повнотою.

Незважаючи на всю динамічність розвитку музичної мови року та її синтезу із джазовою музикою, на сьогодні немає чіткого теоретичного осмислення того, які їх елементи трансформувались у процесі. Синтез відбувається стихійно, частіше знаходячи своє відображення в андеграунді. Відомий музикант і теоретик сучасної музики Назин А.С. зазначаєв, що в цій сфері музиканти експериментують у пошуку нових сфер музичного мислення. Елвіс Преслі записав свої перші роботи у якості експерименту, а один з перших хітів рок-групи Queen, пісня «Keep Yourself Alive» включала яскраві відкриття і в музичній мові, і у «саунді». The Beatles починали з синтезу скіффлу та рок-н-ролу.

Поняття Інді рок походить від англ. «independent», тобто незалежний і використовувався для визначення музики, які випускали окремі незалежні студії-лейбли у 80-90-х рр. XX ст. Однак пізніше він став синонімом, так званого альтернативного року, який виник в американському середовищі, а для британських музикантів – має визначення та інді-року. На початку XXI ст. цей напрям почав набирати обертів на європейському континенті і об’єднав послідовників британських рок-груп, особливо виконавці ліричних англійських балад

Мета даного короткого дослідження – виявити серед широкого загалу рок-груп коло музикантів, що сповідують стилістику жанру «інді» рок.

В даному дослідження ми виділили групу «Arctic Monkeys» (Великобританія), до складу якої увійшли однокласники з міста Шеффілд.

Група «Arctic Monkeys» має традиційний склад рок групи – три гітари, та ударник. Це гітаристи Алекс Тёрнер – вокал, соло гітара, Джейми Кук – ритм гітара, Ник О’Мэлли – б ас гітара та Хелдер Метт – барабани, бек-вокал.

Фронт-мен Алекс Тёрнер використовує гітару – Fender Jazzmaster, яка характеризується можливостями для виконання сольних епізодів. Наприклад, акордовий акомпанемент власному співу та виконання сольних епізодів. Як вокаліст Алекс Тернер має голос – тенор, прикрашений традиційним для рок музики фальцетом та «хрипом».

Джейми Кук використовує ритм гітару – Fender Telecaster. Для створення спец ефектів застосовуються такі пристрої – педалі MXR Distortion, Electro-Harmonix Big Muff і педаль дісторшн/фузз подвійного звучання T-Rex Dr. Swamp. Такі пристрої створюють яскраві темброві ефекти – «перегружена гітара», «дабл» – подвійне звучання. Також використовується ревербератор ElectroHarmonix Holiest Grail, педалі з ефектом ділей WEM Copicat, Roland Space Echo та хорус Fulltone Deja Vibe. Це надає ефекти – реверберації, тобто «луни» та хорового звучання інструментів

Ник О’Мэлли бас гітара – віртуоз бас-гітарист, який виконує сольні епізоди.

Хелдер Метт в основному працює на барабанній установці RCI with Premier Hardware (LUGS) Solid White and Clear Spiral, до складу якої входять барабани (24 «× 18» Bass Drum, 16 «× 16» Floor Tom, 13 «× 8» Rack Tom-tom drum, Ludwig Vistalight 14 «× 4.5»). Також він є бек-вокалістом і виконує сольні номери.

Для цієї групи характерні твори баладного типу з акомпанементом гітари. Часто куплетну форму пісень переривають інструментальні епізоди всього ансамблю чи соло гітар. Окремо звертає на себе увагу активна ритмізація, використання ефектів дісторшн та реверберації, подвійне, наче хорове звучання гітар.

Висновки. Для стилістики жанру «інді» рок характерні такі риси: використання традиційного складу рок-групи (три гітари, ударник); добір інструментів за власними уподобаннями (навіть давніх); особлива, манера гри на гітарах – всі виступають у ролі соло; застосування засобів, які створюють окремі ефекти – пристроїв ефектів дісторшн, реверберації, ділей. Слід окреслити роль співака – фронт-мена, який повинен мати особливий тембр голосу, а також жанрову характерність співу – традиційний баладний стиль та речитатив техніки реп.

Човган Людмила, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МУЗИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА ВИКОНАВСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ АРТИСТА-ВОКАЛІСТА

В умовах сьогодення вокальне мистецтво займає чільне місце у суспільстві, оскільки поява нових талант-шоу, фестивалів-конкурсів привертають все більше уваги серед людей різного віку. Постає питання виховання творчого потенціалу серед молоді, спрямування освітнього процесу на формування в особистості художнього смаку, активізацію творчого мислення у процесі сприйняття та виконання музичних творів.

Музика щонайкраще відтворює світовідчуття та характер мислення людини певної історичної доби, особливостей її естетичного ставлення до навколишнього світу.

Педагогічний аспект питання вокального мислення висвітлено у дослідженнях П. Голубєва, Л. Дмитрієва, І. Колодуб, К. Мазуріна, Г. Стасько та ін., однак більшість досліджень стосувалися вивченню питання музичного виконавства артистів-інструменталістів, в той час, як проблема вокального мислення розроблена недостатньо. Співвідношення між творчим мисленням та здібностями розглядали Д. Богоявленська, Ю. Гільбух, І. Зязюн, Л. Левчук, О. Матюшкін, В. Моляко.

Виконавська діяльність співака – складний творчий процес, в якому задіяні, окрім виконавця, інші люди, які втілюють концертний задум – режисери, організатори, продюсери, хореографи, службовий персонал. Будь-яка діяльність пов'язана з низкою різноманітних психічних процесів. Розвиток музичних уявлень відбувається на основі накопичення слухового досвіду та індивідуальних вражень.

Успішність виконавської діяльності потребує залучення всіх процесів мислення особистості, оскільки підготовка до виступу включає в себе прослуховування та аналіз інших вокалістів, співставлення з власним співом. Сприйняття свого надзвичайно потрібне, оскільки, прослуховуючи себе, артист оцінює звучання власного голосу, вносить корективи, формує музичний та сценічний образ.

Музично-вокальне мислення, його розвиток відбувається у процесі активної музичної діяльності. Саме в творчому процесі формуються музично-інтонаційні та музично-мовні здібності, без яких робота артиста-вокаліста в подальшому неможлива.

Музичне мислення сприяє розумінню внутрішнього світу артиста-вокаліста, створює нову реальність, відповідно співак через мислення пізнає себе, відкриває в собі внутрішній потенціал, реалізує його у продуктах творчої діяльності. Це призводить до розвитку не лише музичного мислення, але й свідомості та музичної культури загалом.

Музично-виконавська діяльність артиста-вокаліста ґрунтується на музично-слухових уявленнях, які складаються зі слухо-моторно-зорових образів, що утворюються на базі чуттєвого та когнітивного досвіду особистості в процесі творчої діяльності. Ці уявлення виявляються в інтонаціях, які утворюють художній образ виконуваного музичного твору, що впливає на колективну свідомість.

Музичне мислення є надто важливим у становленні артиста-вокаліста, оскільки його діяльність – це сукупність музично-слухових уявлень, якими він оперує. Професійне втілення композиторського та поетичного задуму при виконанні вокального твору розкриває образність музичного мислення та фахову приналежність співака, причому його зрілість виявляється в емоційності – контролем за якістю звучання, динамічними штрихами, драматургією, артикуляційністю, тембровістю, інтерпретацією та ін..

Задля вдалого концертного виступу артист-вокаліст повинен знаходитися в стані оптимальної концертної готовності – гармонічному поєднанні фізичного, емоційного та розумового параметрів.

Фізичне самопочуття дуже важливе для виконавця, оскільки, коли співак добре почувається, у нього гарний настрій, немає ніяких зажимів, це відчувається і в його виконанні – він здатний щонайкраще донести музичну думку, не замислюючись над тим, що його турбує.

Крім фізичної підготовки, емоційна на розумова теж відіграють неабияку роль, оскільки будь-яке виконання повинне бути емоційним, відвертим, нести в собі довіру, виправдовувати образ та зміст виконуваного твору. Глядач має відчути, повністю поринути у концертну атмосферу та відчути всі емоції та почуття, які намагається передати артист.

Для того, щоб оволодіти оптимальним концертним станом застосовують аутогенні тренування, коли співак занурюється в атмосферу майбутнього виступу, відпрацьовує розумово цілісну картину свого виступу, виступає перед уявною аудиторією, відшліфовуючи кожну емоцію, максимально занурюючись у майбутню виконувану роль [1].

О. Піхтар стверджує, що «практична готовність майбутніх фахівців до професійної музичної діяльності чималою мірою залежить від рівня й спрямованості їхнього музичного мислення» [2, с. 16].

Процес осмислення музичного твору охоплює всі рівні музично-виконавського мислення – художньо-концептуальний, музично-феноменологічний та виконавсько-технологічний.

Виконання пісенного твору – складний процес, який полягає у виконавському розшифруванні, осмисленні тих форм мислення, при яких він виник; прагнення зрозуміти те, що намагався передати композитор при написанні тої чи іншої мелодії. Виконавець виконує роль дослідника, інтерпретатора, який через власну уяву та переживання доносить до слухача задум виконуваної пісні. Для молодих виконавців це досить складно, оскільки розуміння емоційних відтінків твору приходить із досвідом.

На відміну від сприйняття пісенного твору слухачем, у артиста-вокаліста те, що сприймається слухом, миттєво переростає у виконавську дію. Тому, чим швидше налагоджується контакт між внутрішньо почутим і його відтворенням голосовим апаратом, тим природніше і активніше опановується музичний твір, розвивається музичне мислення виконавця.

Отже, сутність музичного мислення для артиста-вокаліста полягає в практичній діяльності, в якій він через виконуваний твір спілкується з духовним досвідом людства. Таке проникнення в діалектику зв’язків форми та змісту художнього твору породжує новий художній сенс, який має особисте значення для виконавця. Таким чином, групування в музичному мисленні здійснюється на таких рівнях: інтуїтивному, формально-логічному та художньо-цілісному.

Література:

1. Петруши В. И. Музыкальная психология: Учеб. пособ. для вузов. 2-е изд. Москва: Академический проект; Трикста, 2008. 400 с. (Gaudeamus).

2. Піхтар О. А. Методична система формування музичного мислення студентів мистецьких вищих навчальних закладів : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. доктора пед. наук: спец. 13.00.02 «Теорія та методика навчання (музика і музичне виховання)». Київ, 2007. 22 с.

МІЖКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ПОСЛУГИ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

***Братіцел М. Л.**, асистент кафедри*
готельно-ресторанного
і туристичного бізнесу КНУКіМ

МІЖКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Аналізуючи соціокультурну сферу ресторанних послуг в Україні за останні десятиліття, в Україні відбулося чимало змін. Позитивним наслідком таких змін являється отримання в 2017 році безвізу для подорожуючого населення до країн ЄС.

Подорожуючи людина розвиває свої гастрономічні смаки, знайомиться з місцевими традиціями приготуванням їжі та напоїв, збагачує свої кулінарні знання, знаходить нові вподобання. В свою чергу, країна, яка приймає іноземних гостей враховує традиційні смаки, намагається продемонструвати гостинність та повагу. Представники різних націй, відвідуючи інші країни, вносять свої культурні риси. В наслідок культура харчування доповнюється традиціями та звичаями і стає багатогранною.

Іншим аспектом покращення умов туризму стає виїзд українців до інших країн, де вони створюють власний ресторанний бізнес української національної кухні. Популярними країнами, де були створені ресторани традиційної української кухні є Польща, Чеська Республіка, Англія та Італія. Ресторан «Smak Ukraiński» можна вважати найстаршим і найвідомішим українським рестораном у посткомуністичній Польщі. Не меншою популярністю у Польщі користуються заклади «Ukrainian Pub» та «Zdybanka». В Італії та Чехії відкриття закладів української кухні цікаве тим, що їх відкрили саме українці, які переїхали до цих країн з метою заробітку. Так, у Мілані Лариса Малєна відкрила власний український ресторан «Підкова», а Наталка Трехорян у Празі — ресторан «Дністер».

Нещодавно у лондонському південно-західному передмісті Твікенем з'явився ресторан «Prosperity of Ukraine», що можна перекласти як «Процвітання України». Цей заклад отримав гарні відгуки відвідувачів і критиків, і став першим кроком до залучення британців до культурної традиції української національної кухні [2].

Директор лондонського ресторану «Prosperity of Ukraine» Роман Косинський каже, що три роки тому, коли цей український заклад відкрився у Лондоні, британці обережно до нього ставились. Ресторани української кухні, на сьогоднішній день поки є рідкісним явищем у британській столиці, а відтак екзотичнішими, ніж, скажімо, сінгапурська чи марокканська кухні. Проте традиційна українська кухня дуже швидко завоювала любов своїх гостей. Зараз британці приходять, аби покуштувати борщ, голубці, вареники, не кажучи вже про українську горілку! Також приходять просто поспілкуватись з українцями. Послухати українську музику та потанцювати.

На думку Емми Торнтон, що являється фахівцем з більшості кухонь світу, які подано на лондонській ресторанній палітрі: «українській кухні бракує простої «розкрутки», або ж згадування і популяризації її неймовірно смачних страв. Візьмімо, хоча б, просто іконічну українську страву – український борщ, який має 1001 рецепт у різних регіонах України. З цього також можна почати. Сама ідея наваристого бурякового супу з великою кількістю різноманітних інгредієнтів припаде до смаку людям з різними, так би мовити, кулінарними переконаннями. Чудовий момент, з цим пов'язаний, полягає у тому, що ця страва є універсальною, і вам далеко не обов'язково використовувати м'ясо, аби приготувати смачний борщ», – каже лондонський ресторанний критик Емма Торнтон [4].

Натомість в Україні все більше набувають популярності заклади ресторанного господарства, які пропонують страви вегетаріанської кухні. Така тенденція була перейнята з країн Європи в рамках здорового харчування, який уже давно впроваджений в сьогоденні країн близького зарубіжжя. Цитуючи вислів філософа М. Бахтіна «Культура завжди лежить в межах» з іншими культурами та епохами.

Ресторани здорового харчування представлені в багатьох містах України та користуються популярністю. В Києві кращими закладами здорового харчування являються ресторани «Simple», «Tri», «Скворечник», «Бутерброд-Sumasbrod», «Nebos», «Klukva&Brukva», лаунж-кафе «ILive» та літературне кафе «Імбир». У Львові такими є вегетаріанське кафе «GREEN», «Agrus» – вегетаріанський-веганський ресторан, «Vegano Hooligano UNITY» – веганське кафе, у Вінниці кафе «HEF», у Дніпрі кафе «Дамодарі», в Ужгороді кав'ярня «Ясне сонечко», в Одесі кафе «BlackVeg», ресторан «Зелень» та ін.. Їх дуже багато існує, а з кожним роком стане ще більше. Цьому сприятимуть європейська інтеграція та сучасні вподобання українців в напрямку екологізації.

В сучасних умовах постіндустріального суспільства сфера ресторанних послуг являється ключовою складовою міжкультурного діалогу між представниками різних цивілізацій та народів. Соціокультурна сфера ресторанних послуг об'єднує людей та країни у прагненні збереження навколишнього середовища засобами еко культури, вегетаріанства, веганства та ін.

Література:

1. Валерій Поляков. Мода на еду. URL: https://karifood.com/people/valerij-polyakov-moda-na-edu/
2. Власенко Ю. К. Вплив міграційних процесів на розвиток ресторанної справи в Україні сьогодні // Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського; Наукове видання: Інтелект особистість цивілізація. 2018. Випуск 14. С. 62 – 69.
3. Сюсель Ю. В. Нові прояви у споживацьких практиках українців: критичний підхід // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2013. Вип. 14. С. 114-121. UTL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2013_14_14 (дата звернення : 14.09.2018).
4. Емма Торнтон – лондонський ресторанний критик «Про неймовірно смачну і багату українську кухню має більше згадуватись і писатись». URL: https://www.radiosvoboda.org/a/27728921.html (дата обращения : 14.09.2018).

Васильченко Людмила, *старший викладач НАКККіМ*

МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ

Індустрія розваг – одна з важливих складових сучасного життя, яка разом з іншими соціокультурними практиками здатна впливати на суспільні процеси. Якість і доступність до послуг індустрії розваг є індикатором не лише морального, соціального стану та фінансової спроможності користувачів, а й свідченням економічного розвитку країни. Попри те, що індустрія розваг є однією з наймолодших сфер професійної діяльності і остаточно сформувалася у другій половині XX ст., вона акумулює значні фінансові, матеріальні, технічні та інтелектуальні ресурси, що визначили її як важливий та прибутковий сектор світової економіки.

До індустрії розваг відносять підприємства, які надають широкий спектр послуг із задоволення фізичних і духовних потреб людини через специфічні способи проведення вільного часу, які приносять їй емоційне задоволення. Це цирки, кінотеатри, театри, філармонії, музеї, культурно-дозвіллєві центри, дискотеки, нічні клуби, парки відпочинку, аква-парки, гольф-клуби, дайвінг-центри, спортивні манежі та ін. До галузі відносять кіноіндустрію, шоу-програми, спортивно-видовищні та фестивальні заходи, покази мод, виставки, а також інтернет, телебачення та інші канали поширення інформації.

Глобалізаційні процеси призвели до укрупнення об'єктів індустрії розваг; інтеграційні процеси з індустрією туризму сприяли появі розважальних географічних центрів світового значення. Це, в свою чергу, призвело до проникнення розважальної складової в інші сфери економіки й суспільної практики та появи нових форм і напрямів розваг, як от: Retailtainment – поєднання розваг, продажів та шопінгу; Edutainment – поєднання розваг з навчанням та отриманням пізнавальної інформації; Sportainment – поєднання розваг зі спортом; Therapintainment – поєднання індустрії краси та здоров'я з розвагами тощо. Перспективним напрямом розваг стають віртуальні інтерактивні ігри, що характеризує розвиток технологій в сучасному світі та визначає подальші тенденції.

В стрімких умовах соціально-економічних змін та розбудови галузі розваг та відпочинку виникають питання, що потребують обговорення та узгодження на міжнародному рівні. Тож, міжнародне співробітництво в галузі – дієвий важіль впливу на її розвиток. Воно відбувається на рівні міжнародних фахових організацій, які опікуються розвитком індустрії розваг, дозвілля, туризму, подій. Серед поважних професійних об'єднань: Міжнародна асоціація розважальних парків і атракціонів (IAAPA, США), одна з найстаріших у світі – заснована в 1918 р., яка на сьогодні об'єднує 90 країн світу, представляє інтереси понад 43000 виробників атракціонів, виробників паркового обладнання та інших компаній, які спеціалізуються на забезпеченні роботи розважальних центрів і всіляких зон дозвілля; Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (WLRA); Бізнес асоціація розваг на повітрі (OABA, 1964 р.); Міжнародна організація розважальних програм для готелів, мотелів і ресторанів (IHMRS); Міжнародна асоціація світового туризму (IAMT); Європейська організація відпочинку (ELO); Міжнародна інформаційна система сфери відпочинку (LINK) тощо [1; 5].

Співпраця відбувається навколо вирішення актуальних питань подальшого розвитку галузі як:

- Створення адекватних моделей та конкурентоспроможної мережі підприємств індустрії розваг, що забезпечить користувачам широкий вибір форм розваг (так звана «конкурентна альтернатива»);
- Обмін досвідом та напрацювання технологій, що сприятимуть ефективному управлінню процесами в галузі і підвищенню дієвості соціальної політики в різних країнах;
- Необхідність в особливому підході до правової та економічної регламентації діяльності індустрії;
- Загроза перетворення на сферу розміщення капіталу без орієнтації на моральні та духовні цінності;
- Екологічні аспекти розвитку індустрії розваг;
- Особливості індустрії розваг в інформаційному суспільстві.

Література:

1. Міжнародна асоціація розважальних парків і атракціонів. URL : https://www.fungroup.com.ua/ua/new-attractions/mejdunarodnaya-assotsiatsiya-razvlekatelnyih-parkov-i-attraktsionov-iaapa/ (дата звернення : 14.09.2018).
2. Собко Я. Розвиток індустрії розваг в Україні. Перспективи та тентенденції // КІР : Каталог Індустрії Розваг. 2009. 12 серп. С. 23 – 25.
3. Розвиток сфери розваг – основа сучасної концепції підвищення ефективності туристичного бізнесу: зб. наук. праць VI Міжнарод. наук-практ. конф. (м. Святогірськ, 29 вересня – 1 жовт. 2006 р.) / Донецьк. ін.-т турист. бізнесу. Донецьк, 2006. 287 с.
4. Федотова Н. Г. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие. В.-Новгород : НовГУ, 2015. 282 с.
5. Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку URL : http://www.woldleisure.org (дата звернення : 14.09.2018).

Вінічук Ірина, доцент НАКККіМ

Біла Тетяна, завідувач навчально-виробничою практикою
ДВНЗ «Київського механіко-технологічного коледжу»

Кравченко В'ячеслав, викладач КВНЗ КОР
«Коледж культури і мистецтв»

Щербак Вікторія, ДВНЗ «Київський енергетичний коледж»

ЗАСТОСУВАННЯ НАУКОВИХ МЕТОДІВ І ТЕХНОЛОГІЙ РОЗРОБКИ, ПРИЙНЯТТЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Одне з найважливіших завдань сучасного управління є застосування наукових методів і технологій розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень. Знання особливостей і закономірностей розвитку організацій, поведінки менеджера в процесі розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень в значній мірі визначає успішність досягнення цілей управління. Складність управління вимагає розгляду системи взаємопов'язаних внутрішніх і зовнішніх факторів і їх вплив на діяльність організації. У підручнику Пірогової дається таке поняття управлінського рішення: «Управлінське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування і вибору альтернативи з багатьох варіантів досягнення конкретної мети системи менеджменту» [5].

Процес прийняття управлінського рішення – це процес обліку чинників, що визначають ступінь ефективності даного рішення, розробку його варіантів, прорахунок наслідків рішень з того чи іншого варіанту. Виконання такого завдання вимагає від менеджерів спеціальних знань, володіння необхідними методами при розробці управлінських рішень. Тому кожне рішення повинно бути науково обґрунтоване, відповідати законодавчим актам, своєчасно прийняте, забезпечуючи найбільш повне досягнення поставленої мети і раціональне використання ресурсів. Діагностика будь-якої проблеми з метою ефективного вирішення в першу чергу починається з інтерпретації. Інтерпретація в свою чергу виражається в точному визначенні визнаної проблеми. Проблема може бути виражена у формі можливості, кризи або мати форму рутинного явища. Якщо це можливість, то її потрібно знайти і розкрити, якщо ж це криза або рутинне явище, вони проявляються самі, вимагаючи швидкого реагування. Рутинні проблеми можна віднести до виду структурованих проблем, які вимагають запрограмованих рішень. Можливості та кризи відносяться до неструктурованих проблем, які вимагають навпаки, незапрограмованих рішень. Завдяки визначенню і формулювання проблем людина отримує можливість їх ранжирування, а значить, можливість складання повного плану дій щодо їх усунення Оцінка ефективності управлінського рішення визначається не тільки його обґрунтованістю, але й ступенем його реалізації відповідно до вимог особи приймаючої рішення. Ефективність походить від слова «ефект», що означає враження, вироблене будь-ким на кого-небудь. Це враження може мати організаційну, економічну, психологічну, правову, етичну, технологічну і соціальне забарвлення. Ефект може спостерігатися або формуватися. Управління ефективністю управлінського рішення реалізується за допомогою системи кількісних і якісних показників, норм і стандартів якості. Ефективність роботи торгового підприємства забезпечує успішна реалізація послуг. Ресурси підприємства і вимоги рентабельної роботи в певній мірі обмежують маневрування, як асортиментом послуг, так і цінами на них. Але саме орієнтація на попит покупців і його активне формування повинні визначати використання наявних ресурсів [1, 76].

Існує велика кількість моделей дослідження, які допомагають організувати процес аналізу, а також безліч логічних схем, що спрощують розробку рекомендацій. Найчастіше відмінності між цими двома методами складно вловити. Тому їх об'єднують під загальною назвою «аналітичні методи» (або «методи аналізу проблем»). Різні методи прийняття управлінських рішень ґрунтуються на моделях. Виокремлюють три базові типи моделей: фізична, аналогова, математична. На основі цих базових моделей розробляються різні типи моделей і методів прийняття управлінських рішень [4].

Найпоширеніші моделі прийняття управлінських рішень: теорія ігор теорія черг, модель управління запасами; модель лінійного програмування імітаційне моделювання; економічний аналіз. Найчастіше використовують метод беззбитковості, тобто визначення моменту з якого підприємство стає беззбитковим. Додатково до вищерозглянутих загальних моделей, керівники використовують різні методи обґрунтування і прийняття управлінських рішень: матриця оцінки наслідків реалізації рішення – використовується тоді, коли керівник повинен вибрати, яка стратегія в найбільшій мірі буде сприяти досягненню цілей. Ефективність розраховують множенням ймовірності настання події на її значення у складі всіх подій, що можуть відбутися в наслідок реалізації рішення. Метод «дерева рішень» – схематичне уявлення проблеми прийняття рішення. Побудова "дерева рішень" ґрунтується на знанні елементів теорії графів і теорії ймовірності. Метод є досить ефективним, що дає змогу з'ясувати розгалуження проблем та рішень, краще оцінити наявність та кількість альтернатив. Метод теорії ігор – є математичною теорією конфліктних ситуацій, що виникають при зіткненні інтересів двох чи більше сторін, що добиваються різних цілей (наприклад конкурентна боротьба тощо). Суть ігрового методу полягає в передбаченні можливих дій сторін, що беруть участь у ситуації, за якої існує будь-яка розбіжність інтересів сторін. Аналітично-систематизаційний метод – передбачає аналіз ситуації, аналіз проблеми, аналіз рішення. Аналіз ситуації – передбачає з'ясування обставин ситуації, що спонукає до дій або прийняття рішення. Аналіз проблем – передбачає виявлення і аналіз відхилень дійсного стану від бажаного, хоча таке відхилення може бути як позитивним, так і негативним. Аналіз рішення базується на системному аналізі, котрий здійснюється в такій послідовності: з'ясування приводу для рішення – мету; розроблення цільової установки – чітке визначення предмету рішення; класифікація та оцінка цільових положень – визначення цілей, які необхідно досягти; розроблення та зважування варіантів рішень; виявлення негативних наслідків та ризиків; прийняття остаточного рішення. Методи прогнозування – використовуються кількісні, якісні і неформальні. Кількісні методи – використовуються в тому випадку, коли в минулому діяльність підприємства мала певні тенденції, які можна перенести на майбутнє. Якісні методи – думка журі, сукупна думка працівників, модель очікування споживачів, метод експертних оцінок. Неформальні методи – вербальна інформація (усна), письмова інформація, промислове шпигунство. Як правило, ефективне управління пов'язане з колегіальністю і спільним груповим рішенням питання всіма, хто має до нього будь-яке відношення. [3]. Для прийняття рішень, особливо перспективних, які мають стратегічний характер, необхідні прогнози. Для прогнозування часто користуються груповим методом Дельфі, сутність якого полягає у тому, що експерти незалежно один від одного складають прогнози, які потім підсумовуються, узагальнюються у єдиний варіант, що і є основою в подальшій роботі. Так повторюється кілька разів, поки не буде досягнуто задовільного результату, який відображатиме загальну вивірену позицію. Ті, хто мають особисту думку, яка істотно відрізняється від загальної позиції, викладають свої погляди у письмовій формі, а після їх всебічного обговорення приймається остаточне рішення. У наш час широко поширився метод «мозкової атаки», за допомогою якого за півтори години можна висунути до 100 оригінальних ідей. Процедура "мозкової атаки" виглядає так: керівник у своєму короткому виступі доводить до присутніх правила роботи, розповідає в загальних рисах про сутність проблеми, її причини і користь, яку може принести знайдене рішення, а потім пропонує висловитися присутнім. Викладені ідеї або передаються потім спеціалістам, або оцінюються самими учасниками. При комп'ютерному моделюванні в умовах моделі «сміттєвого ящика» нерідко вирішувалися найважливіші проблеми, тому що з'являлася можливість зв'язувати проблеми з відповідними рішеннями та учасниками, таким чином, що робився вдалий вибір управлінського рішення [2, 67]. Удосконалення процесу прийняття управлінських рішень та відповідно підвищення якості прийнятих рішень досягається за рахунок використання наукового підходу, моделей і методів прийняття рішень. До вимог та пропозицій щодо прийняття управлінського рішення можна віднести наступне: рішення необхідно приймати на тому рівні ієрархії, на якому зосереджена інформація, наявні відповідні управлінські механізми. Слід враховувати інструменти управління – ієрархію, організаційну культуру, а також наявність певних правил та процедур, слід враховувати горизонтальні і вертикальні зв’язки та стосунки, які є в організації чи установі, особливості національної культури управління та ментальність народу. Умови прийняття рішення (рівень

інформаційного забезпечення) впливають на їх особливості, складність і трудомісткість їх напрацювання та реалізацію, створюють можливість використовувати певний набір методів (методик). Найбільш розповсюджені на практиці методи обґрунтування рішень в умовах невизначеності та ризику потребують володіння математичними методами їх розв'язання. Однак для повного обґрунтування прийняття рішень керівник може залучити експертів. Методика прийняття рішення – це заснована на об'єктивних законах управління та організації праці сукупність способів і методів інтелектуальної діяльності при розробці, прийнятті та реалізації управлінських рішень. Розробляючи методику, слід враховувати її відповідність законам мислення, теорії пізнання, логіці, законам та принципам управління. Вона повинна бути універсальною, гнучкою, простою і ясною. Відповідно до цих вимог рекомендується відповідна технологія прийняття рішення керівником. Кожне рішення як форма прояву ролі суб'єкта управління стосовно об'єкта передбачає оптимальний вибір із деякої множини можливих варіантів – альтернатив такого впливу на діяльність об'єкта. Цей вибір повинен відповідати конкретним обставинам, враховувати соціальний час і цілі функціонування системи управління. Конкретний етап діяльності органів соціального управління та їхні цілі визначаються усією множиною внутрішніх і зовнішніх умов функціонування.

Література:

1. Будякова О. Концепція позиціонування брендів // Маркетинг в Україні. 2005. № 2. С. 30–32.
2. Мінцберг Г. Менеджмент: природа і структура організацій очами гуру / пер. з англ. О. И. Медведь. М. : ЭКСМО, 2009. 463 с.
3. Тихомирова О. Г., Врламов Б. А. Менеджмент організації: теорія, історія, практика. М. : НІЦ ИНФРА-М, 2013. 256 с.
4. Трофимова Л. А., Трофимов В. В. Методи прийняття управлінських рішень. М. : Юрайт, 2014. 336 с.
5. Шапіро В. Д. Управління проектами : учбовий посібник для студентів спеціальності «Менеджмент організацій». М. : Омега-Л, 2013. 960 с.

Воробйова Наталія, *кандидат економічних наук, доцент НАКККіМ*

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Трансформація вітчизняної економіки зумовлює необхідність урахування бренда в діяльності підприємства як важливого нематеріального актива з метою забезпечення довготривалого життєвого циклу підприємства в умовах швидко змінюваного зовнішнього середовища. Використання нематеріальних активів в діяльності підприємств сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції на внутрішньому ринку, розширенню власного виробництва, створенню нових товарів, економії витрат, зменшенню собівартості продукції, поліпшенню умов праці, формуванню та покращенню іміджу, а отже, економічному зростанню суб'єктів господарювання. Нематеріальні активи трактуються як цінності, ресурси, що мають грошову оцінку і забезпечують отримання доходу для підприємства.

Таким чином, за функціональною сутністю бренд є багатогранною категорією. Брендом прийнято вважати позначення певного продукту або продуктової лінійки. Але зараз географія поняття значно розширюється – людина, група людей, заклад, місце, місто, регіон, країна тощо.

Зазвичай розрізняють дві характеристики бренду: візуальну (гайдлайн), включає в себе: назву, логотип, відмінні візуальні елементи, за якими компанія стає впізнаваною. Гайдлайн - це своєрідний паспорт бренду, де описані рекомендації щодо використання візуальних характеристик бренду (те що ми бачимо). Подібна, включає в себе: фірмовий стиль, репутацію та імідж. Сукупність основних елементів при створенні бренду. Серед них: мета, індивідуальність, позиція, цінності (те що ми відчуваємо). З його допомогою має прийти цілісне розуміння бренду [1].

Потрібно зазначити, що на сьогодні не існує чіткого визначення бренду. За визначенням Філіпа Котлера, гуру маркетингу, бренд – це назва, термін, символ або дизайн (або комбінація всіх

цих понять), що позначають певний вид товару або послуги окремо взятого виробника (або групи виробників) і що виділяють його серед товарів і послуг інших виробників.

Бренд – слово, вираз, знак, символ або дизайнерське рішення, або їх комбінація в цілях позначення товарів і послуг конкретного продавця або групи продавців для відмінності їх від конкурентів (визначення, розроблене American Marketing Associations (AMA, Американською Маркетинговою Асоціацією)).

Бренд – це назва, термін, символ або малюнок або комбінація цих елементів, призначена для ідентифікації товарів або послуг певного виробника і диференціації їх від продукції конкурентів (Карл Бондорфф, професор Бізнес-колледжа Ліндбі, «Моделі і інструменти маркетингу»).

Бренд – це унікальне ім'я, символ, дизайн або образ, вживаний для ідентифікації конкретного товару або компанії. Бренд – це нематеріальний актив, цінність якого в пізнаванні його споживачами і позитивних асоціаціях, пов'язаних з ним .

Бренд – це невідчутна сума властивостей продукту: його імені, упаковки і ціни, його історії, репутації і способу рекламування.

Бренд – це комплекс вражень, які залишаються у покупця в результаті використання товару.

Уолтер Ландор, вельми значуща фігура в рекламній індустрії, визначив: «Бренд – це обіцянка. Шляхом ідентифікації товару або послуги, і підтвердження їх оригінальності, бренд забезпечує відчуття задоволення і якості» [4].

Бренд допомагає товаровиробникам ідентифікувати товар, відмежуватися від конкурентів, тобто виділити товар із загальної маси; створити у споживачів привабливий образ, що викликає довіру; зосередити різні емоції, пов'язані з товаром; ухвалити рішення про покупку і підтвердити правильність вибору, тобто отримати задоволення від ухваленого рішення; сформувати групу постійних покупців, що асоціюють з брендом свій спосіб життя [2, 3].

Базуючись на вищевикладених положеннях щодо сутності бренда в умовах ринкової економіки, можна сформулювати його призначення в стратегічному розвитку підприємства:

- формування механізму взаємодії підприємства зі споживачами;
- забезпечення довготривалих конкурентних переваг (диференціації товарів, послуг, забезпечення захисту товарів/послуг від атак конкурентів, укріплюючи позиції щодо товарів-субститутів);
- формування лояльності у споживачів, завдяки чому протягом певного періоду, бренд забезпечує прибуток підприємству та посилює довіру партнерів, полегшуючи доступ підприємства до фінансових, інформаційних, людських та інших ресурсів;
- забезпечення адаптивності підприємства в умовах перманентних зовнішніх змін завдяки лояльності споживачів до бренда;
- підвищення іміджу підприємства;
- є стійким фактором збільшення вартості матеріальних активів;
- забезпечення довготривалого життєвого циклу підприємства;
- сприяння цілісному, комплексному підходу до підприємства та його оточення;
- у внутрішньому середовищі організації слугує мобілізуючим фактором, а також фактором згуртованості [2, 4].

Отже, можна стверджувати про те, що бренд володіє великим потенціалом та є невід'ємним елементом ринкових відносин, фактором підвищення конкурентоспроможності продукції, захисту від недобросовісної конкуренції. Бренд стає дедалі важливішим економічним важелем в умовах активізації торгівлі та глобалізації міжнародного торговельного простору, що дає змогу вважати його стратегічним інструментом бізнесу. Розвиток бренда – це стратегічна бізнес-функція, реалізацію якої в епоху глобалізації передбачає стратегічне управління підприємства.

Література:

1. Бугров Д., Калугин Е. Брэнд нужен всем. URL: http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles (дата обращения: 15.09.2018).

2. Герман Д. Бренд – это и есть стратегия. URL: http://www.mm.com.ua/russian/articles/35259 (дата обращения: 19.09.2018).
3. Гусева О.В. Брэндинг. URL: http://www.vr.com.ua/book/marketing/guseva_brand.htm (дата обращения: 25.09.2018).
4. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посібник. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.

Головач Наталія, *кандидат філософських наук, доцент НАКККіМ*

ПОТЕНЦІАЛ КУЛЬТУРИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

На сучасному етапі в українському суспільстві відбувається модернізація галузі культури, яка передбачає зміну системи цінностей, що зумовлює розвиток всього суспільства.

Нині основу соціально-економічного розвитку європейських країн складають культурні та креативні ресурси, а тому одним із пріоритетів є інвестиції у розвиток інноваційного потенціалу культури, який сприяє становленню «креативної економіки» завдяки новим ідеям і який здатний їх втілювати в конкурентні товари та послуги. Відповідно в Україні важливим є сприяння розвитку «креативної економіки» та створення ефективної інноваційної інфраструктури, а тому для цього органи управління повинні розробити оптимальну модель комунікаційної та маркетингової підтримки інноваційної діяльності [3].

В. Панченко зазначає, що європейський підхід до управління у сфері культури надає перевагу децентралізації управління, делегуванню повноважень органам місцевого самоврядування, підтримці місцевих культурних ініціатив, всебічній співпраці державного, приватного та комерційного секторів, а новітнім на сьогодні є підхід до застосування культурної дипломатії, побудови бренда країни, запровадження реформ тощо [1].

Європейська культурна спільнота завжди пропагувала переконання, що саме культура, зокрема спільна культурна політика, має стати основою євроінтеграційних процесів. Відповідно у 1992 році був створений альянс, який отримав назву Culture Action Europe, CAE (Європейська культурна дія). Однією з його основних задач була адвокація інтересів культурних організацій, зокрема їх фінансування. Платформа стала масштабним об'єднанням до якого увійшли понад 10 тисяч окремих організацій і майже сотня менших мереж [3].

За час своєї роботи CAE провела досить велику кількість гучних адвокаційних кампаній. Наприклад, у 2004 році, коли Єврокомісія почала формувати бюджети на період 2007–2013 років, культурні активісти розпочали серію заходів під гаслом «Сімдесят центів для культури». Проект бюджету ЄС передбачав витрати на культурні потреби громадян із розрахунку 7 центів на громадянина на рік. Проте культурна спільнота вимагала збільшити цю суму у 10 разів. Участь у цій кампанії брали понад 1300 культурних організацій з усіх країн Євросоюзу. Більше ніж два роки адвокації супроводжувалися медійною кампанією. За цей час представникам платформи довелося зіткнутися з опором, оскільки, на думку деяких політичних сил, навіть сума у 7 центів була завищеною. Проте у фінальному бюджетуванні сума була збільшена до 13 євроцентів, а проблема фінансування культурних проектів і заходів була донесена до широкого загалу. Відповідно, цю кампанію можна вважати успішною [2].

Наступна кампанія проходила під назвою «We are more» (Ми – більше), яка тривала з 2010-го по 2013 рік, доки тривали консультації щодо формування бюджету ЄС на період 2014–2020 років. У ході акції CAE висувала дві основні вимоги, а саме культурна програма для ЄС і збільшення фінансування культури з регіональних бюджетів. Проте успіх кампанії був частковим, так як Єврокомісія схвалила масштабну програму Creative Europe (Креативна Європа), яка загалом отримала позитивні відгуки від альянсу, а фінансування культурних проектів із місцевих бюджетів в середньому збільшилось на 7–8% [3].

У свою чергу багаторічний досвід і Євросоюзу, і Великої Британії показує, що спільні зусилля культурних організацій часто можуть вплинути на ситуацію. Culture Action Europe може бути прикладом співпраці представників культури на вищому рівні, але в ЄС активними є й мережі

вужчого тематичного спрямування. Наприклад, Europe Nostra, яка заснована у 1963 році і у своєму складі має організації з 50 країн та виступає за збільшення бюджетів для європейських музеїв. Між тим, The European Cultural and Creative Industry Alliance, ECCIA є міжгалузевим альянсом до якого увійшли представники креативних індустрій і виробники товарів споживання люксового сегмента. Зараз до ECCIA входять п'ять національних мереж і понад 400 підприємств [3].

Взагалі європейські мережі мають чітку спеціалізацію і практично не конкурують одна з одною, а навпаки долучаються до спільних міжсекторальних проектів. Менші організації, що мають доступ до формування політик або бюджетів лише через національні або європейські альянси, нерідко проводять активну адвокацію на регіональних рівнях, працюючи безпосередньо з виборцями.

Нині важливу роль у відносинах Україна – ЄС відіграє реалізація спільних міжнародних культурних проектів. Відповідно для України стає актуальним розуміння міжнародного контексту розвитку сучасної української культури, що допоможе менеджерам здійснювати промоцію своїх організацій та мистецьких проектів, знаходити порозуміння з боку європейських колег, відповідно це сприяє ефективній співпраці з менеджерами інших країн, створює можливості для розроблення та впровадження спільних культурно-мистецьких проектів, забезпечуючи промоцію української культури в цілому.

Отже, для повноцінної участі у проектах ЄС Україна потребує дієвої культурної стратегії з використанням європейського досвіду впровадження інновацій.

Література:

1. Панченко В. Модернізація системи державного управління у сфері культури України // Інвестиції: практика та досвід. - 2014. - № 5. - С. 158-161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2014_5_36 (дата звернення: вересень 2018).
2. Шлепакова Т. Л. Модернізація менеджменту та формування нової генерації професіоналів в галузі культури. URL:nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematich.../modern.pdf (дата звернення: вересень 2018).
3. Шлепакова Т. Л. Переформатування системи управління в галузі культури та європейський досвід інноваційного розвитку. - Режим доступу: nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/.../dos.pdf (дата звернення: вересень 2018).

Дячук Валентина, *кандидат культурології доцент НАКККіМ*

«НЕЯКІСНИЙ ІНДИВІД» ЯК ОБ'ЄКТИВНИЙ ФЕНОМЕН СОЦІОКУЛЬТУРНОГО БУТТЯ: ДЕТЕРМІНУЮЧІ ФАКТОРИ

У кожного об'єктивного явища є власні детермінуючі фактори – причини, умови утворення, коріння. Знання про причини і передумови «неякісних» форм соціального та індивідуального людського існування, пізнання детермінації (обумовленості) «неякісності» соціокультурного життя соціуму та людини в цілому відбувається в чисельних соціально-гуманітарних, а в деяких аспектах – також і в таких природничих науках, як медицина, екологія тощо. Основна концепція культури викладена у книзі В. Р. Гердера «Ідеї до філософії історії людства», написаній у період 1784-1791 рр. Вона була перекладена на багато мов світу і незабаром придбала широку популярність. У Росії серед її читачів були, зокрема, історик Н. Карамзін, Н. Гоголь назвав його найвидатнішим зодчим світової історії.

Вчений вважав, що людина є вищим творінням, чиє призначення полягає у розвитку розуму і духу гуманності. Цьому служать освіта і виховання, завдяки яким він прагне до моральної досконалості. Роду людському судилося пройти кілька ступенів культури, щоб досягти гармонії почуттів, розуму, віри і справедливості; причому поки він знаходиться лише на початку свого шляху, бо ще дуже багато невігластва і злочинів проти гуманізму, писав І. Г. Гердер [1]. Історія свідчить про те, що розвиток культури - зовсім не пряма лінія, в ній є повороти, обриви і уступи. Людські пристрасті перетворюють її спокійний плин у водоспад, що відносить життя людей. Злісні

злочини, криваві війни, деспотизм і рабство, приниження гідності людини, помилки і помилки постійно розхитують культуру. Але вона володіє надзвичайним запасом міцності і стійкості. Під яким би кутом не повертав потік, культура не «піде в пісок», не виснажиться і не зникне.

Можливо, що дним із завдань дослідження культуротворчих процесів, вивчення формування мислячого індивіда і є завданням нової галузі наукових досліджень як «Менеджмент соціокультурної діяльності».

Уся система знань з менеджменту соціокультурної діяльності орієнтована на забезпечення якості життя індивідума та соціальних груп. До завдань галузевих теоретичних та прикладних досліджень належить уточнення популярного поняття «якість життя». Він використовується як комплексне політико-економічне та міждисциплінарне поняття. Але його тлумачення у різних авторів завжди пов'язане зі специфікою конкретних суспільствознавчих та гуманітарних проблем. Але є потреба в розкритті його значення як загального соціокультурного концепту.

Незадовільна якість соціального існування, «неякісний індивід» – не тільки продукт чиїхось суб'єктивних оцінок, вражень чи думок. Це також й об'єктивні феномени суспільного буття, його загально-історичні атрибути. При тому у неякісності та у незадовільності суспільного буття є значущі політичні, економічні, соціокультурні виміри.

При опануванні соціокультурних аспектів проблеми «неякісності» життєдіяльності соціуму та людини важливим є розуміння того факту, що утворення «неякісної» людини та «неякісного» соціуму не є неприхильним законом історії або будь-якого окремого суспільства. Сам феномен «неякісності», зростання ризиків у життєдіяльності соціуму та людини усвідомлюється людством тільки тому, що є протилежні феноменальні утворення – позитивні, здорові форми суспільного матеріального та духовного виробництва, соціальних відносин, раціональні способи організації індивідуального життя тощо. Тобто: кожний окремий вияв існування людини та соціуму може бути хорошим або поганим, «якісним» або «неякісним». Як розвивається кожний окремий індивідуум, яка його доля – залежить саме від детермінантів, прикрих, таємних механізмів його щастя або нещастя, задоволеності або незадоволеності у власному житті. Відомо, що категорія долі утворилася в стародавні часи як відображення непізнанності цих таємних механізмів та сподівань на їх підкорення людині. З погляду соціокультурного бачення цієї проблеми, в житті кожної окремої людини нема приреченості на «неякісне» життя та поганий розвиток своєї особистості.

Відбувається все більш глибоке усвідомлення генеральної мети соціокультурної діяльності, яка полягає у задоволенні потреб вдосконалення індивіда, його пристосуванні до вимог суспільства та соціоекологічного середовища, формуючому впливі на соціальні та етнічні групи.

В українському суспільствознавстві та культурології останніх десятиліть звернули на себе увагу дві роботи, в яких опрацьовані цікаві варіанти типологічних підходів до з'ясування сутності та шляхів розвитку сучасних типів культури. Це колективна монографія під керівництвом Л. В. Сохань, а також робота С. Пролеєва[3], в якій можна почути відгуки іронічних роздумів Феофраста щодо парадоксальних і патологічних людських типів, які власною поведінкою ставлять під сумнів розумність людства [4].

У наукових дослідженнях зазвичай виникає потреба у оцінюванні культурного феномену або форми культурної діяльності з погляду його типологічної належності. Основні типи, що виділяються:

- З погляду складності, обробленості, доступності – елітарна та масова культура;
- З погляду насиченості естетичними образами, символами, спеціальними комунікативними засобами (художніми мовами, що вимагають спеціального навчання, культурного виховання суб'єкта культурної діяльності та споживання – класична та популярна (поп) культура;
- З погляду офіційної визнанності, підримуванності суспільством, державою – офіційна культура, субкультура;
- З погляду походження характерних типів культури у визначену історичну епоху – культура первинного суспільства, культура доби рабовласництва, культура доіндустриального суспільства, культура доби індустріального суспільства, культура постіндустріального суспільства; культура премодерну, культура модерну, культура постмодерну;

- З погляду належності великій соціально-економічній групі (класу, соціальному шару або прошарку) – культура працівників, культура інтелігенції, культура селян тощо);
- З погляду належності окремій професійній групі (як така, що утворена професійною групою, або така, що споживається цією групою – культура студентства, культура діячів освіти, культура медичних працівників, культура діячів спорту.

Крім того, у кожному типі як матеріальних, так і духовних видів культурної діяльності є внутрішні течії, що користуються різними комунікативними засобами (методами утворення художніх образів, використанням матеріалів, символікою і т.д.). Артефакти, вироблені в межах окремої течії культурної діяльності, несуть на собі відбиток її світоглядних та технологічних особливостей, що зазвичай називається культурним (культурно-мистецьким) або художнім стилем.

У багатьох випадках фахівці використовують типологічні позначення, які утворилися як ознака відсутності у речі художньої цінності, її антикомунікативності (принципове не використання або незнання культурних мов, засобів утворення художньо-естетичного образу) – китч, гламур, лубок, примітив тощо.

До комплексу формуючих людину впливів є її соціальність перетворення на соціального індивіда, а також окультуреність.

Виявами окультуреності є:

- Адаптація індивіда до матеріальної та духовної культури, що є атрибутом життєдіяльності даного соціуму;
- Оволодіння вербальною мовою та іншими формами культурної комунікації; Розвиток культурних потреб та інтересів; Як свідчать дані фізіології та психології, вродженими у людини є не готові здібності, а тільки потенційні можливості для їх розвитку, схильність до певної діяльності, тобто задатки. Що сильніше виявляються задатки. То кращих результатів може домогтися людина в її розвитку.

Так, протягом двох століть у Тюрингії з родоводу Вахів, що налічував шість поколінь, вийшло тільки флейтистів, органістів та скрипалів, що там кожного музиканта називали Бахом, а кожного Баха- музикантом. Однак цей приклад не виключає особливого впливу соціальних умов і необхідності певного виховання. На особливу увагу заслуговує питання про спадковість інтелектуальних здібностей, на яких грунтується розвиток розумових і пізнавальних сил. Учені-генетики довели, що нормальні люди здатні до необмеженого духовного розвитку, оскільки можливості людського мозку безмежні. Наприклад, засновникові кібернетики американському вченому Норберту Вінеру (1907-1978) було в 14 років присвоєно звання профессора.

Саме типологізація культурних систем є сучасною основою для поглиблення практичної орієнтації філософсько-культурологічних теорій, а також для опрацювання прикладних концепцій та технологій.

Масова культура (від латинського massa-ком, кусок і culture – вплив, обробка, виховання, розвиток) усвідомлено орієнтує розповсюджувані нею духовні і матеріальні цінності на «середній» рівень розвитку масового споживача. Отже, підхід виробників «маскультури» нічим не відрізняється від будь-якого іншого виробника товару масового споживання. Так що про високе мистецтво в поєднанні з маскультурою говорити не приходиться. Виникнення масової культури відбулось не на голому місці і не завдяки появі ЗМК. Вона виникла значно раніше, як результат «артизації» суспільного життя, що спостерігався ще в древніх культурах людства. Засоби масової комунікації лише надавали їй широкий, всеохоплюючий характер.

Універсальною одиницею образності в масовій культурі являється кіч.

КІЧ – етимологія цього слова має декілька версій: 1) від німецького музичного жаргону початку 20 ст. «kitson» – по смилу «халтура»;2) від німецького «verkitsohen» – здешевлювати; 3) від англійського «the kithen» – «для кухні» тобто предмет не достойний кращого застосування, «несмак», це так звана заміна образу перевантежена примітивними, розрахованими на чисто зовнішній ефект деталями.

Не менш обов'язковим атрибутом масової культури є СТРАРИЗМ (від англійського зірка) – гіперболізований культ знаменитостей із середовища артистів, музикантів, спортсменів. Останніми роками наростає тенденція перетворення на зірок політиків, теле та радіоведучих – енкорменів (від

англійського «anhor» – ставити на якір), чия особиста популярність тримається виключно на створених ним іміджах. Надзвичайно актуальними сьогодні є громадські рухи та неурядові організації, що виступають за «екологію ефіру», «екологічну журналістику», «екологію культури», метою яких є очищення ефіру від програм низького змісту та антигуманної спрямованості, підняття морального рівня. Наприклад, у Великобританії такою організацією є «національна асоціація глядачів і слухачів», що займаються налізом становища у вітчизняних ЗМІ.

Тільки прищеплення молоді бажання навчатись на кращих прикладах класики музичної, сценічної культури, літератури, раритетних надбаннях людства, які є нетлінними, дозволять виокремлювати шедеври від кітчу, відфільтрувати істину від брехні. Як колись геніальний маестро Антоніо Страдіварі, навчаючи свої учнів створювати скрипку, яка переживе віки, він давав кожному роздивитись найдорожчий, найкращий свій екземпляр, аби майбутній майстер, готуючи своє нове дітище, зміг відрізнити кустарщину від шедевру.

Література:

1. Гердер И. Идеи к философии истории человечества / пер. А. Михайлова. М. : Наука. 1977. 234 с
2. Тардт Г. Общественное мнение и толпа. М. : КСП, 1999. 203 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації : посібник. Львів : Літопис, 2011. 537 с.
4. Пролеев С. В. Энциклопедия пороков: оправдание изъянов и слабостей человеческой натуры. К. : Наук. думка, 1996. 240 с.
5. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы / под ред. Л. В. Сохань, В. А. Тихоновича. К. : Наук. думка, 1982. 372 с.
6. Философский словарь. М. : Знание, 1980. 205 с.

Зеленська Лариса, *кандидат історичних наук, доцент НАКККіМ*

МІЖНАРОДНІ АСОЦІАЦІЇ В ГАЛУЗІ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ОСЕРЕДКИ КОНСОЛІДАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ СПІЛЬНОТИ ТА МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Стрімкий розвиток ринку івент-послуг призвів до того, що дана галузь стала важливим сектором сучасної світової економіки. Важливу роль в цьому процесі відіграють міжнародні та національні фахові асоціації, які консолідували професійну спільноту на шляху розбудови івент-індустрії, створили широку платформу для обговорення і вирішення нагальних проблем галузі, обміну досвідом та міжкультурного співробітництва.

Фахові івент-асоціації почали засновуватися в США та країнах Європи з середини XX ст. На цьому етапі їх діяльність мала вузькоспеціалізовану направленість орієнтуючись на один із типів івентів: ділові заходи (конгреси, конференції, бізнес-форуми), виставкову сферу, певний вид розваг тощо. Прикладом таких об'єднань є: Бізнес асоціація розваг на повітрі (*OABA***,** 1964 р.); Асоціація виставок-ярмарків (TSEA, 1966 р.***;*** Асоціація британських професійних організаторів конференцій (ABPCO)***;*** Національна асоціація заходів на відкритому повітрі ***(***NOEA, 1979 р.)**.**

У процесі розвитку івент-ринку, зміни пріоритетів і потреб клієнтського середовища фахові асоціації трансформувалися та значно розширили масштаби охоплення своєї діяльності. Аналізуючи установчі документи сучасних івент-асоціацій, визначені ними місії, цілі і завдання**,** ми дійшли висновку, що переважна більшість цих компаній скорегували свою діяльність відповідно до сучасних реалій. На передній план вийшли питання підтримки високих стандартів професіоналізму та зразків найкращих практик івент-галузі. Сучасні івент-асоціації – це суб'єкти міжнародного співробітництва, які об'єднують лідерів галузі, представляють їх інтереси, здійснюють функції центрів концентрації професійних знань у сфері івент-діяльності, сприяють забезпеченню добросовісної конкуренції на ринку галузевих послуг, а також координують співпрацю з органами державної влади, громадськими та комерційними суб'єктами івент-індустрії. Серед найбільших та авторитетних асоціацій в галузі:

Міжнародна асоціація організаторів спеціальних заходів (International Special Events Society – ISES) – створена в м. Чикаго (США) у 1985 р. Серед засновників – Дж. Голдблатт – всесвітньо визнаний фахівець в галузі івент-менеджменту. На сьогодні об'єднує понад п'ять тисяч івент-компаній з усього світу. Основна мета – розбудова сучасної івент-індустрії, професійної освіти у сфері організації заходів, консолідація фахівців галузі.

Асоціація івент-індустрії (Events Industry Association – Eventia) – заснована в 2006 р. у м. Лондон (Великобританія), об'єднала практично весь івент-сектор. Її завдання: подальша розбудова івент-ринку та підвищення ролі події, як середовища для маркетингових комунікацій; обмін досвідом в питаннях підготовки кадрів і освіти; проведення консультацій з правових питань для членів асоціації; виконання ролі представницького органу у взаємовідносинах з урядом, парламентом, Європейською Комісією тощо.

Міжнародна асоціація фестивалів та подій (International Festivals & Events Association – IFEA) – заснована в 1956 р. в м. Нью-Йорк (США). Опікується розвиток міжнародного фестивального руху та діяльності в галузі організації заходів, популяризація мистецтва в світі, обмін досвідом та вдосконалення професійних технологій, розбудова фахової освіти, дотримання професійних стандартів та чесної конкуренції в даному секторі.

Європейська асоціація фестивалів (European Festivals Association – EFA) –заснована в 1952 р. в Женеві (Швейцарія). На сьогодні об'єднує національні та регіональні асоціації із 44 країн, які представляють понад 100 музичних та музично-театральних фестивалів в різних країнах Європи та світу. Діяльність спрямована на підтримку фестивального руху, підвищення його ролі і значення в міжнародному культурному співробітництві, популяризація мистецтва у суспільств, консолідація професійної спільноти, координація діяльності та обмін досвідом у галузі.

Європейська асоціація фольклорних фестивалів (European Association Of Folklore Festivals – EFFA) – заснована в 2007 р. в м. Велико Тирново (Болгарія). Орієнтована на збереження, розвиток, популяризація фольклору європейських народів засобами організації і проведення міжнародних фестивальних проектів,і використання сучасних телевізійних, комп'ютерних та ін. інформаційних технологій.

Всесвітня асоціація виставкової індустрії (Global Association of the Exhibition industry – UFI) – заснована у 1925 р. об'єднує 530 провідних організаторів виставок, виставкові центри, національні та міжнародні виставкові асоціації з понад 82 країн світу. Головна мета – представляти, і підтримувати на світовому рівні виставкову індустрію в цілому та своїх членів; дослідження у галузі, підвищення кваліфікації фахівців шляхом організації і проведення виставкових івентів та ін.

Міжнародна асоціація з організації конгресів і з'їздів (International Congress and Convention Association – ICCA) – об'єднує постачальників виставкових та конгрес-послуг, туристські агентства, конгрес-центри, готельні і транспортні компанії з понад 80-ти країн світу. Створена 1962 р., штаб-квартира розташована в м. Амстердам (Нідерланди). Основна мета – надання якісного обслуговування і продукції для міжнародних виставок, конференцій, семінарів, з'їздів тощо, а також розвиток конгресного туризму.

Європейська федерація асоціацій професійних організаторів конгресів **(***European Federation of the Associations of Professional Congress Organizers – EFAPCO)* – заснована в 2007 р. в Швейцарії з метою визнання та інституалізації професії івентора, сертифікація і модернізація послуг, розбудова освіти в галузі організацій зустрічей і конгресів. Важливим напрямом діяльності організації є розширення контактів з європейськими інститутами, зокрема ЄС, Європейською комісією і Парламентом.

Міжнародна організація сценографів, театральних архітекторів і техніків (International Organization of Stenographers, Theatre Architects and Technicians – OISTAT) – заснована в 1968 р. в м. Прага (Чеська республіка). Об'єднала театральних художників, архітекторів і техніків з 53-х країн світу, діяльність яких пов'язана зі створенням, дослідженнями та поширенням досвіду в галузі театрального і сценічного дизайну, художнім оформленням вистав, концертів тощо. Ініціювання та проведення міжнародних івент-проектів є одним з пріоритетних напрямі діяльності організації та сприяє подальшій розбудові світової івент-індустрії.

Дієвим інструментом розвитку вітчизняної івент-галузі, міжнародного співробітництва, підвищення професійних навичок та захисту інтересів її членів стало фахове об'єднання *Асоціація івенторів України (АІУ; Ukrainian Event Association – UEA)* – громадська організація, заснована у 2008 р. у Києві. Серед здобутків, що є важливим кроком на шляху цивілізаційного розвитку галузі є розроблені асоціацією Єдиний реєстр івенторів України, до якого увійшли провідні суб'єкти івент-ринку, які пройшли процедуру перевірки Експертної ради та підписали Етичний кодекс івенторів; «Хартія принципів проведення ефективних тендерів», яка визначає принципи чесної конкуренції в українській івент-індустрії, покликана забезпечити високу якість івент-послуг, дотримання інтелектуальних прав; проведення щорічного незалежного конкурсу знакових подій року міжнародного і національного масштабу «Міжнародна Премія «Ukrainian Event Awards»; започатковані освітні проекти «Event is education», «Азбука івента»,тощо.

Ще одним авторитетним професійним об'єднанням на вітчизняному івент-ринку, яке здійснює координацію у сфері виставкової діяльності є *Виставкова федерація України (ВФУ)* – громадська організація, заснована в 1997 р., об'єднує провідних вітчизняних суб'єктів галузі. Сприяє розвитку виставкової діяльності в Україні, ініціатором маркетингових проектів, міжнародних фахових конференцій, розробки галузевих стандартів, заходів боротьби з недобросовісною конкуренцією, розвитком фахової освіти тощо.

Література:

1. Зеленська Л. М. Івент-менеджмент : навч. посіб. К. : НАКККіМ, 2018. 148 с.
2. Всесвітня асоціації виставкової індустрії (UFI). URL : http://www.ufinet.org/ (дата звернення: 21.10.2018).
3. Міжнародна асоціація фестивалів та подій (IFEA). URL :http://www.ifea.com/ (дата звернення: 21.10.2018).
4. Міжнародна асоціація організаторів заходів (ISES). URL :http://www.specialevents.com/ilea/ises-re-brands-international-live-events-association (дата звернення: 12.10.2018).
5. Міжнародна асоціація виставок і подій (IAEE). URL :http://www.iaee.com/ (дата звернення: 18.10.2018).
6. Виставкова федерація України: громадська організація. URL : http://www.expo.jrg.ua/ (дата звернення: 15.10.2018).
7. Асоціація івенторів України: громадська організація. URL :http://www.aeu.com.ua/ (дата звернення: 12.10.2018).

***Клочко Валентин**, доктор економічних наук, професор НАКККіМ*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРОЮ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Актуальність теми дослідження обумовлена потребою врахування реалій сучасності щодо вибору механізмів управління.

Мето даного дослідження є виявлення шляхів вдосконалення управління культурою в сучасних умовах.

Зазначена тематика знайшла відображення у працях видатних вітчизняних вчених – О. Гриценка,В. Ковтуна,О. Копієвської,І. Петрової та ін. Ці проблеми досліджено у працях закордонних вчених – У. Бека, М. Вебера, Р. Дарендорфа, Е. Фромма та ін.

На сьогодні необхідність істотної зміни підходів до культури взагалі і механізмів управління нею зокрема, об'єктивно зумовлена глибокими соціальними зрушеннями, викликаними в постсоціалістичних країнах переходом до ринкових засад господарювання з однієї сторони, і зростаючою їх участю у всесвітній глобалізаційних процесах, з іншою. Ці процеси взаємопов'язані і взаємообумовлені. Зміна старої адміністративно-командної економіки економікою ринкового типу відбувалося в Україні в історично короткі строки і викликала істотні соціальні зрушення у вигляді масового зубожіння населення, зростання міграційних потоків, виїзду з країни найбільш енергійних,

досвідчених людей ,що могли б принести користь нашій державі. Під впливом обох вказаних соціальних процесів відбувається і формування механізмів управління культурою в Україні [1,12-13]. Вплив процесів глобалізації на культуру проявляється у наданні простору тим прогресивним тенденціям, які проявили себе в світовій культурі. Це насамперед – забезпечення певного плюралізму соціальних структур постмодерністської доби. Це й підтримка урядових і неурядових організацій, що популяризують національну культуру в сучасних умовах. Національна культура стає все більше відкрита до надбань інших країн.

Заслуговує на увагу всебічне вивчення досвіду передових країн світу по залученню його базових бізнесових структур і коштів населення для функціонування культурних заходів та формування механізмів управління культурою. Бізнесові організації, приймаючи участь в проведенні культурно-мистецьких акцій мають на меті використання культури як засобу усунення соціальних конфліктів, субсидуючи ті види мистецтва, які прямо чи опосередковано пов‘язані з виробничої діяльності фірми, рекламування своєї фірми та її продукції шляхом культурних інновацій.

Щодо сутності процесу глобалізації, то вона може бути охарактеризована зростаючою взаємозалежністю і поступовим просуванням до однорідності країн світу, гомогенізацією різних суспільств, що перетворює весь світ у відкриту систему економічних, політичних, духовних, культурних зв‘язків на основі комунікаційних та інформаційних процесів [1,12-13].

Так само, як галузі економіки, процес глобалізації проявляється у наближенні структур різних країн і їх рухові до певної однорідності. Але водночас збільшується майнове розшарування в матеріальній забезпеченості людей, рівня якості життя, так і в галузі культури.

Через цей суперечливий процес і проходить тенденція руху до однієї різноманітності взаємовпливу національних культур. Сучасна культура відкрита для збагачення культурними цінностями інших народів. Наближення країн одна до одної, що притаманно глобалізаціним процесам є визначальним для розвитку культури сучасного світу, культурний синтез відкриває нові можливості для функціонування культур та їх взаємодії – на думку Жака Дерріди [3, 7].

Так саме глобалізація призвела до виникнення руху «Нью-ейдж», який проголосив докорінну перебудову культури, пропонуючи поєднання західноєвропейського авангардизму, східного езотеризму, психологічного тренінгу та інших феноменів надбання культури світу.

Під впливом обох вказаних соціальних процесів відбувається і формування механізму управління культурою в Україні. Для нього характерні такі процеси, як спрощення адміністративного тиску на культуру,наближення апарату управління до культурних колективів,надання більшої свободи у виборі форм культурної творчості,розширення підготовки кадрів в галузі освіти та мистецтва,боротьба зі спробами заборони свободи слова та вільної творчої діяльності,тощо. Отже, вплив глобалізації на характер руху до цілісності і різноманітності є сперечливим і неоднозначним. Відділення зерна від плевел – справа не лише смаку споживача, але і державної культурної політики.

Література:

1. У.Бек Общество риска. На пути к другому модерну. пер. з німецької В.Сидельника и др. М Прогресс- Традиция 2000 . 381 с.
2. В.П. Клочко Глобалізація і економічні та соціально-культурні аспекти. К.:ДАКККіМ, 2005.
3. Культурна політика в Україні. Аналітичний огляд за редакцією О. Гриценка.К. УЦКД., 2007 ,160 с.
4. Д. Мусієнко Глобалізація та постмодернізм і проблеми взаємовпливу.”Вісник Книжкової палати”, 2004 № 10.
5. Жак Деррида. Московские лекции. Свердловск 1991.
6. Джозеф Стігліц.Глобалізація та її тягар,К., 2005.
7. Исторический процесс в категориях” культура”, цивилизация”, “глобализация”,М.,: Инфра- 2003.
8. Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире, М.,:Аспект Пресс,2004.
9. Пределы глобализации (культура в контексте глобализационных процессов), М.,2002.
10. Д. Тросби. Экономика и культура. М.: Изд. дом Высшей школи экономики, 2013, 256 с.
11. Е. Фромм. Мати чи бути? пер. О.Міхайлової та А.Буряка.К., Укр.пісем., 2010 ,221 с.

***Коваленко Єлена**, кандидат економічних наук,*
доцент НАКККіМ

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕПОХУ ВІДРОДЖЕННЯ

У XIV столітті в країнах Європи розпочався новий, бурхливий період – епоха Відродження. Початок цієї епохи пов'язаний зі звільненням людини від феодально-кріпосницької залежності, розвитком наук, мистецтв і ремесел.

Епоха Відродження почалася в Італії і продовжила свій розвиток у країнах північної Європи: Франції, Англії, Німеччині, Нідерландах, Іспанії та Португалії. Пізнє Відродження датується серединою XVII століття.

Вплив церковних догматів на життя суспільства ослаб, відроджується інтерес до Античності з її увагою до особистості людини, її свободи й можливостей розвитку. Винахід книгодрукування сприяє розповсюдженню письменності. Зароджується світська наука, яка починає витісняє безальтернативний вплив релігійних догматів на життя суспільства. Відбувається глибокий перелом в свідомості, поглядах на світ і людину.

Саме в цей історичний період виникають геніальні погляди та ідеї щодо майбутнього світоустрою й управління життєдіяльністю суспільства. Проведений нами аналіз багатьох наукових джерел, які стосуються епохи Відродження, дозволив виявити два протилежні ідейні напрями бачення майбутнього суспільного порядку та відповідно дві різні концепції культури менеджменту нового суспільства: ринкову (підприємницьку, індивідуалістичну) та гуманістичну (колективістську), яку згодом, назвали «утопічною».

Більш сильним і життєздатним виявився перший напрям. Цьому сприяли такі передумови, як: великі географічні відкриття й утворення колоніальної системи світу; прогрес у суспільному поділі праці, остаточне відокремлення від аграрного виробництва низки промислових галузей; швидкий розвиток товарно-грошових відносин і проникнення їх у всі сфери суспільного життя; еволюція факторів виробництва в сільському господарстві; зародження експериментальної науки й технічний прогрес у промисловій сфері; швидкий розвиток міжнародної торгівлі та переміщення її центру із Середземномор'я в Атлантичний океан; зростання числа та розмірів міст і підвищення економічної й політичної ролі городян у житті суспільства; початок процесу первинного нагромадження капіталу й концентрації влади в багатих громадян.

Саме процес первісного нагромадження капіталу став вихідною точкою не тільки розвитку ринкового укладу, а й формування нових принципів управління.

Процес первісного нагромадження капіталу – історичний процес відділення безпосереднього виробника від факторів виробництва, перетворення його в найманого працівника і трансформація суспільних засобів виробництва та життєвих засобів у капітал. Цей процес у різних країнах мав свою специфіку й затягнувся на 2–2,5 століття. Нагромадження грошового капіталу в руках незначної частини людей (цехових майстрів, купців, лихварів) сприяло виникненню і швидкому розвитку нової форми промислового виробництва – мануфактур.

Мануфактура, засновується на поділі, спеціалізації та кооперації праці й застосуванні ручної техніки. За принципами управління вона кардинально відрізнялася від середньовічного цеху: використовувалася переважно наймана праця; організатор мануфактури, на відміну від майстра в ремісничій майстерні, вже не був безпосереднім виробником товарів; використовується різні форми поділу й кооперації праці, в той час як у майстерні весь виробничий процес виконувався, як правило, одним працівником. У мануфактурах стали виділяти управління у самостійну функцію.

Найяскравішим представником підприємницького напряму й ідеологом народжуваних ринкових відносин в цю епоху був Ніколо Макіавеллі – флорентійський філософ, державний діяч, письменник.

Макіавеллі написав досить багато різноманітних праць. Найбільш відомі з них: «Державець», «Міркування про першу декаду Тита Лівія», «Про військове мистецтво», «Флорентійські хроніки (Історія Флоренції)».

У його творах можна виявити ідеї, що становлять навіть сьогодні основу культури й мистецтва менеджменту. У найбільш відомій праці «Державець» містяться окремі висловлювання, рекомендації й афоризми, присвячені питанням лідерства, мотивації, принципам стратегічного та ситуаційного управління, тактики ведення бізнесу в умовах іноземної держави тощо. Ця праця вважається однією із книг, що створили сучасний менеджмент. На його думку, управління – це наука і мистецтво, тобто з одного боку, вміння глибоко аналізувати реальну ситуацію, теоретично осмислювати її і знаходити правильне рішення, а з іншого – майстерна тактика для втілення теорії у практику [1]. Саме це лежить в основі сучасного менеджменту. Хоча «Державець» є трактатом про роль, місце й значення глави держави, центральна тема праці – проблема влади як невід'ємного компонента людських відносин.

Поряд із політичними й управлінськими ідеями, які звеличували та обґрунтовували новий соціально-політичний лад і ринковий устрій, що зароджувалися на розвалинах пізнього феодалізму, з'являлися вчення, прихильники яких не тільки жорстко критикували та заперечують цей лад, а й висували ідеї щодо кардинального оновлення соціального устрою, вказуючи на необхідність зміни системи управління в державі на всіх рівнях і побудову ідеального суспільства. Побудова нового суспільства, на їх думку, мала відбуватися на принципах рівності, солідарності, рівнодоступності благ, колективізму й добровільності праці на загальну користь. Такі соціалістичні проекти – невід'ємний елемент уявлень людини щодо справедливого й щасливого життя, де відсутні приватна власність, жорстокість, насильство та експлуатація людини людиною.

З такими з проектами перебудови суспільства й культури менеджменту виступали: Томас Мор – англійський філософ, політик, релігійний діяч, письменник, святий римо-католицької церкви; Томас Мюнцер – протестантський теолог, ідеолог Реформації у Німеччині; Томмазо Кампанелла – домініканський монах, італійський філософ, теолог, поет та інші мислителі того часу [2; 3]. Вони за допомогою створення ідеальних гуманістичних моделей суспільного устрою, виступили з критикою системи експлуатації, пропагували ідеї соціальної справедливості, розробили проекти майбутнього устрою та мистецтва управління державою.

Література:

1. Мак'явеллі Н. Флорентійські хроніки. Державець. Пер. з італ. Харків : Фоліо, 2007. 415 с.
2. Мор Т., Кампанелла Т. Утопія. Місто Сонця. Пер. з лат. Київ : Дніпро, 1988. 328 с.
3. Смирин М. М. Народная реформация Томаса Мюнцера и Великая Крестьянская война. Москва : АН СССР, 1955. 566 с.

Колосова Наталя, *кандидат історичних наук, доцент НАКККіМ*

ФРН В ІСТОРІЇ МЕЦЕНАТСТВА: «НОВИЙ АЛЬЯНС» БІЗНЕСУ Й КУЛЬТУРИ

Сучасний світ охоплений глобалізаційними процесами, в контексті яких глобалізується і філантропія. Однак розмивання меж у сфері меценатства і спонсорства в добу глобалізації, як і в інших сферах суспільного життя різних країн, супроводжується не ослабленням, а зміцненням національної ідентичності. Неможливо зобразити якийсь єдиний, спільний портрет сучасного європейського донора культури, оскільки існує достатньо широкий спектр різнорідних практик і мотивацій доброчинної діяльності. В «Огляді благодійності в Європі», здійсненому Фонд де Франс (cerphi – квітень 2015) різні моделі суспільного устрою досліджуваних країн представлені як певні рамки, в межах яких завжди своєрідно виражається і реалізується філантропія. Досвід ФРН, де традиції меценатства мають глибоке коріння в суспільстві, сягаючи глибини століть, досвід Франції, де сильне громадське суспільство здійснює доброчинну діяльність з допомогою вперше розроблених асоціацій; досвід Великої Британії, що ілюструє історично сформовану англо-саксонську модель, де філантропія є невід`ємною складовою способу життя; досвід Швеції – країни з соціально орієнтованою демократичною культурою, де держава й релігійні інститути створюють

суспільні блага, та ін., доводять, що будь-яка спроба представити «основну» чи типову модель доброчинної діяльності у сфері європейської культури є ризикованою. [11, 8].

Мета роботи – дослідити меценатську діяльність ФРН.

У ФРН, яка має давні традиції меценатства та найпотужнішу в Європі економіку, установи й заклади культури традиційно фінансуються переважно державою. Практикуються також наступні форми підприємницької участі в розвитку культурно-мистецької сфери: фонди меценатських пожертв; грошові й речові пожертви; членство підприємців в опікунських органах культурних установ та спонсорство.

Близько 60% приватних вкладень в культуру надаються в формі матеріальної допомоги – комунікаційної, транспортної, тощо.

За офіційними даними, витрати приватного капіталу на культуру становили у 80-х роках XX століття від 100 млн. до 1 млрд. марок, однак Федеральна спілка німецької промисловості називала значно скромнішу цифру – 30 млн. марок [5, 1]. Коментуючи наведені цифри, німецькі дослідники відзначають, що вони не дають уявлення про глибину нового альянсу підприємництва й культури. Водночас підкреслюється, що приватне фінансування не може й не повинне повністю замінити традиційне державне, котре є класичною європейською моделлю фінансування культурно-мистецької сфери: «Існує небезпека, що державі доведеться брати на себе найбільш складні й малопопулярні заходи; не варто забувати, що приватні пожертви – це до певної міри також громадські кошти, оскільки вони на 60% позбавляються від податків, хоч розподіляється при цьому не державою, а приватними руками; державні фонди й опікунські об'єднання дають кращі можливості для залучення приватного капіталу; ці громадські організації також керуються 60-ти відсотковою податковою пільгою; в них вища доля громадянської участі» [1, 1].

Наприкінці XX ст. німці підрахували, що в ФРН 680 тис. людей займалися створенням, розповсюдженням і збереженням культури та мистецтва. Витрати на цей персонал складали 40 млрд. марок і частково повертали в державний бюджет в формі податку на прибуток, водночас помітно збільшуючи купівельну спроможність громадян. Було підраховано також, що кожен театральний глядач, як правило, залишає 25 марок у транспорті, книжкових лавках, буфетах тощо. Таким чином економічне значення установ і закладів культури для німецьких підприємців та уряду стало цілком очевидним і враховується при виробленні сучасної культурної політики.

Прикметно, що 22% респондентів – великих корпорацій, заявили, про те, що вони цілеспрямовано фінансують молодих невідомих художників. Отже, в питанні пріоритетів меценатської діяльності ФРН вигідно відрізняється, наприклад, від Італії: німці віддають перевагу не лише відомим іменам, шанують нові художні ідеї.

Загалом структура меценатських і спонсорських капіталовкладень у ФРН розходиться з традиційною ієрархією галузей німецької культури, де пріоритетним є література, музика, театр. Окрім музики, приватні доброчинці віддають перевагу образотворчому мистецтву, краєзнавству, охороні пам'яток, дещиця дістається літературі, етнографії, архітектурі [1, 2].

Як свідчить наведена вище інформація, ФРН, як і вся Західна Європа у 80-ті роки XX ст. вступила в епоху «нового альянсу» між підприємництвом і культурою, виявляючи характерні особливості меценатської та спонсорської діяльності.

Література:

1. Благотворительность в России и за рубежом. // Росс. гос. библиотека. НИН Информкультура. Москва.1993 Вып. 4.5. Информ. сообщ. № 1–9.

2. Д'арсі Доран. Особливості Італії: нові благодійники.. URL: https: www.the finansialist. com / italys-newphilanthropists-diego-della-valle-colossenm-tods /"the Financialist(опубліковано 1 жовтня 2012.-С.І-3).

3. Газета Виборча (Польща). 1992. № 241. С. 10.

4. Гриценко О. Культурна політика України: Короткий історичний огляд // Культурна політика: методологічні, правові, економічні проблеми: Зб. статей. Київ.:УЦКД, 1995. С. 5 – 26.

5. Благотворительность в России и за рубежом. // Росс. гос. библиотека. НИН Информкультура. Москва. 1993 Вып. 6–7. Информ. сообщ. № 1–9.

6. Веблен Т. Теория праздного класса. Москва: Прогресс, 1984. / Електронний варіант: Royalibru 194 с.

7. Загоруйко Ю. Коопреративний соціокультурний вектор скандинавських країн // Гаджилова Г.О, Дроздовский Д. В., Васьків М. С. та ін. Стратегії і практика культурних перетворень: зарубіжний досвід: Монографія. Тернопіль: Джура, 2015. С. 91-109.

8. Золотова Л. Модели и практики спонсорства и фандрейзинга во Франции // Культура и бизнес: формулы сотрудничества (м-лы исследования). М., 2005. 378 с.

9. Козловски П. Принципи этической экономики Спб.: Экономическая школа и СПБ-кий гос. универс. экономики и финансов, 1999. 344 с.

10. Культурна політика України: Наук.-практ. Конференц (Київ, 11-13 квітня 1995 р.) : Зб. м-лів. Київ. УЦКД, 1995. 40 с.

11. Матеріальна підтримка культурних проектів: світовий досвід та можливості застосування в Україні: Монографія / Безгін О. І. керівн. автор. колект., Бернадська Г. Є., Берунова Л. О., Кочарян І. С., Успенська О. Ю. Київ: І-т культурології нац. академії мистецтв України, 2010. 192 с.

12. Огляд благодійності в Європі: Обсервація Фонд де Франц – квітень 2015.//http://www.cerphi.org/wpcontent/uploads/2011/05/panorama_de_la_philanthropie_en_europe.pdf

Куцак Світлана, *асистент кафедри*
івент-менеджменту та індустрії дозвілля КНУКіМ

ВІДРОДЖЕННЯ ТРАДИЦІЙНИХ МАСОВИХ СВЯТ В УКРАЇНІ

Отримання Україною державної незалежності обумовило суттєві зрушення у святковій культурі в цілому та масових святах зокрема. Означеним процесам передувало прийняття Конституції України, у ст. 11 якої зазначається, що «держава сприяє консолідації та розвиткові української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвиткові етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України» [10]. Як зазначає О. Ліманська, «акумулюючи у собі духовні цінності народу, свято виконує роль дієвого механізму передачі культурних традицій від покоління до покоління, своєрідного стабілізатора життєдіяльності суспільства і держави. Тому винятково важливим є зберегти цінний досвід традиційної обрядової культури, особливо народних календарних свят й створити умови для його продуктивного використання в сучасній практиці святотворення і розвитку обрядової культури незалежної України» [11, 86].

У цьому контексті доцільно наголосити на поверненні традиційних (передусім – релігійних) свят. Водночас, варто зауважити, що ще у грудні 1990 р. було прийнято постанову Верховної Ради УРСР «Про пропозиції святкових і неробочих днів в Українській РСР», у якій йшлося про доцільність «з метою задоволення потреб віруючих громадян Української РСР визнати неробочими дні релігійних свят – Різдва Христового (7 січня), Великодня і Трійці (по одному дню)» [12]. Т. Гаєвська, здійснивши дослідження, присвячене відродженню народної обрядовості в Україні, також стверджує, що «початок відродженню релігійних обрядів було покладено наприкінці ХХ ст., в час коли країна – ще Радянська! – відзначала 1000-річчя введення християнства на Русі» [3, 15].

Активізувало процес святкового «відродження» й прийняття закону України «Про свободу совісті та релігійні організації» (1991 р.), згідно з яким «кожному громадянину в Україні гарантується право на свободу совісті. Це право включає свободу мати, приймати і змінювати релігію або переконання за своїм вибором і свободу одноособово чи разом з іншими сповідувати будь–яку релігію або не сповідувати ніякої, відправляти релігійні культи... Не допускається будь–яке примушування при визначенні громадянином свого ставлення до релігії, до сповідання або відмови від сповідання релігії, до участі або неучасті в богослужіннях, релігійних обрядах і церемоніях, навчання релігії» [6]. Спонукає до зростання ролі церкви в суспільстві й демократизації суспільної свідомості відкриття на початку 90-х рр. ХХ ст. Української автокефальної проавославної церкви й Української православної церкви Московського патріархату.

Про цей період українська етнолог Н. Стішова пише: «у святкові дні засоби масової інформації транслюють урочисті Богослужіння з головних храмів столиці та інших міст за участі перших осіб держави, представників уряду та міськадміністрації. Стало престижним і модним публічно виявляти

свої релігійні переконання, що охоче використовували лідери різних партійних об'єднань і блоків, особливо перед черговою виборчою кампанією... Ознаки релігійного відродження помітні по всій території України, особливо в західних її регіонах, що проявляються у поверненні до відзначення релігійних свят та обрядів. Окрім дванадесятих свят, особливої популярності набули храмові свята та вшанування померлих (осінні поминальні суботи напередодні «Дмитра»)» [14, 180-181].

Відродження національної самосвідомості, мови, звичаїв українського народу, що стало прикметою 90-х рр. XX ст., обумовило відновлення таких свят як Різдво, Масляна, Івана Купала, Обжинки, Великдень, Трійці, інших. Загалом, традиційну святково-обрядову культуру наших співвітчизників складають, передусім, календарно-християнські свята зимового, весняного, літнього та осінніх циклів. У традиційному українському суспільстві вони регламентували переважну більшість життя української родини – виробничу, побутову, дозвіллєву. Проте особливою активністю відзначалася зимова святкова культура українців, що пояснювалося сприятливими для неї умовами (зокрема, відсутністю польових сільськогосподарських робіт).

Традиційні зимові святкування українців розпочинаються святом Введення в храм Пресвятої Богородиці (4 грудня), зміст якого зводиться до вшанування матінки–землі, що починає спочивати аж до Благовіщення (7 квітня). Це свято супроводжується численними повір'ями, які відроджуються у пам'яті українців: забороною копати землю взимку, вірою в полаз, ворожінням на щасливу долю тощо. «Кликати» долю й ворожити на щасливе заміжжя дівчата-українки продовжують у день пам'яті великомучениці Катерини (7 грудня), яку вважають берегинею жіночою долі, та свято Андрія Первозванного (13 грудня). Весільно-ворожільні обряди вже у перше незалежне десятиліття трансформуються у деяких селах України у справжні гуляння, супроводжувані піснями, танцями, молодіжними розвагами.

Увесь грудень насичений релігійними обрядовими дійствами, що відзначають українці – це і свято пророка Наума (14 грудня), і мучениці Варвари (17 грудня), і преподобного Сави (18 грудня), і Миколи Чудотворця (19 грудня), й святої Ганни (22 грудня.). Проте, дійсно масовими є Різдвяні свята (Святвечір, Щедрий вечір, Водохреща), до яких українці готуються заздалегідь – ще від Дня Спиридона, що припадає на 25 грудня. Зокрема, відроджуються традиції «маланкувати» та «посівати». Свято, що припадає на день Богоявлення, Йордану або, як у нас прийнято називати – Водохреща, пов'язане із освяченням води у річці або водоймі. Під час відправи урочистого богослужіння люди вмиваються, бризкають один на одного або ж купаються в ополонці. Завершує зимовий цикл свят день Петра Вериги.

З 2007 р. до різдвяних святкувань приурочено Всеукраїнський фестиваль вертепів «Карпатія» (м. Коломия Івано–Франківської обл.), ініціатори якого вбачають мету фестивалю у «привернення уваги громадськості до такого яскравого виду українського народного мистецтва, як вертеп і показ кращих зразків цього мистецтва на сьогоднішній день. Підсумовуючи святковий марафон, що розпочинається Католицьким Різдвом і триває до Водохреща, фестиваль «Карпатія» є культурною подією загальнонаціонального значення, у якій приймають участь найкращі театральні колективи України, що грають вертепи. Також фестиваль популяризує національну культуру, українську мову, сприяє творчим контактам митців з глядачами та один з одним, дає змогу самореалізуватись обдарованій молоді та піднімає культурний рівень українців» [2]. Народні й аматорські колективи з усієї України презентують свої театралізовані вертепи. Родзинкою фестивалю є виступ «Зіркового» вертепу, серед учасників якого – відомі громадські та політичні діячі (Євген Нищук, Олесь Доній, Юрій Луценко, Лесь Подерв'янський та інші).

Згодом подібні фестивалі поширилися по усій країні. Наприклад, у 2017 р. святкова феєрія з гучною назвою «Вертеп-фест» захопила у різдвяні дні Харків. Дитячі та дорослі театральні колективи з усієї України виступили на головній вулиці міста, у лікарнях та школах, освітніх майданчиках та закладах культури. Яскраві виступи вертепних театрів, колядників і щедрувальників, позбавившись суто релігійного та політичного забарвлення, перетворили Харків на туристичну атракцію.

Як бачимо, завдяки запровадженню різноманітних фестивалів (фестиваль вертепів, фестиваль народної творчості та народних ремесел, фестиваль церковних дзвонів та ін.) здійснюється «реставрація» масової святкової культури. Наприклад, традиційним у багатьох селах України є

«День села» (зазвичай, відзначається на Храмове свято), який супроводжується різноманітними ярмарками, виставками сільгосппродукції, концертами народних колективів, що дозволяє відвідувачу ознайомитися із культурою даної місцевості, його історією, відчути місцевий колорит та самобутність.

Як влучно підсумувала процеси відродження масових свят в Україні О. Лімaнська «сучасні календарні й християнські свята перетворились на загальнонародні свята в Україні (Різдво Христове й Новий Рік, Великдень, Масляна, Трійця, Покрова тощо), кожне з них міфологічно заглиблено в архаїчну культуру і набуває нині нового змісту, де органічно проявляється ідеологічне навантаження, пов'язане з розвитком національно-патріотичної й формуванням державницької самосвідомості, та естетико-рекреаційне призначення» [11, 86].

Література:

1. Воропай О. Звичаї нашого народу: етнографічний нарис. Мюнхен: Укр. Вид-во, 1958. Ч. II 290 с.
2. Всеукраїнський фестиваль вертепів "карпатія". URL: http://ostbar.com.ua/projects.php.
3. Гаєвська Т.І. Народна обрядовість в незалежній Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук : спец. 17.00.01 - теорія та історія культури . Київ, 2006. 23 с.
4. Гайдукевич К.А. Масові свята: ретроспектива і перспектива // Культурно-дозвіллєва діяльність у сучасному світі : колективна монографія. Київ: Вид-во ЛІРА, 2017. 328 с. С. 28-47.
5. Ефанова М. В Харькове возрождают традиции народного рождественского театра. URL: https://vecherniy.kharkov.ua/news/128195.
6. Закон України "Про свободу совісті та релігійні організації. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12.
7. Закон України «Про державні та інші свята, пам'ятні дати і скорботні дні. URL: http://www.memory.gov.ua.
8. Келембетова В. Суспільно-побутові функції радянської обрядовості: монографія. Київ: Наук. думка, 1984. 190 с.
9. Конституція України. URK: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96–ВР.
10. Лімaнська О. Сучасна обрядова культура українських свят в системі духовних цінностей суспільства // Вісник ХДАДМ: Зб. наук. ст. Харків: ХДАДМ, 2009. № 1. С. 79-87.
11. Лімaнська О. Сучасна обрядова культура українських свят в системі духовних цінностей суспільства // Вісник ХДАДМ: Зб. наук. ст. Харків: ХДАДМ, 2009. № 1. С. 79-87.
12. Постанова Верховної Ради України "Про День незалежності України / Відомості Верховної Ради України. 1992. № 20. С. 279. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2143-12.
13. Романів О. Тарас Шевченко – натхненник діяльності НТШ // Тарас Шевченко і національно визвольні змагання українського народу: зб. матеріалів міжн. наук. конф. Київ, 1998. С. 90-99.
14. Стішова Н. Українські календарні свята осіннього циклу: монографія // Київ : НАН України, 2017. 240 с.

Панченко Світлана, *кандидат культурології, доцент НАКККіМ*

КОНФЕСІЙНЕ ПАЛОМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ

Порівняно з європейськими країнами, Україна не використовує той потенціал, який для її економічного зростання та вирішення існуючих проблем охорони історичної спадщини, могли б надати різні види туризму.

Вітчизняна традиція наукового дослідження конфесіоналізації релігійного життя в Україні в основному склалася:

- по-перше, як історико-філософський аспект дослідження присутності і впливу конфесійного фактора на суспільно-політичні, економічні, національно-культурні, міжнаціональні, правові та духовні процеси і явища в Київській Русі, а пізніше – в Україні;
- по-друге, як подальше наукове вивчення конфесійної світоглядно-релігійної орієнтації, переорієнтації та диференціації віруючих, ієрархії, кліру, інституалізації мережі церковно-релігійних структур за конфесійною ознакою, спричинених сучасними умовами функціонування конфесійних спільнот.

Зокрема, об'єктом конфесіології постають процеси конфесіоналізації в якісно нових умовах реалізації свободи совісті, релігійної свободи доби незалежності України; трансформації позицій конфесійних спільнот щодо держави, суспільства, ставлення до інших релігійних спільнот в умовах чинного законодавства, нових політичних, економічних та духовних пріоритетів тощо В той же час у Європейських країнах історичні об'єкти приносять величезні прибутки саме за рахунок туризму та туристів. По суті, самі історичні об'єкти здатні забезпечити власне утримання і виступити одним із джерел наповнення бюджету.

На сучасному етапі свого розвитку в українській спільноті – в силу економічних негараздів та кризового стану – переважає чисто меркантильне ставлення до дійсності, а потужний духовний компонент відходить, так би мовити, на другорядні ролі. Наразі, саме історичні пам'ятки дають можливість органічно поєднати в українському культурному просторі матеріальне і духовне, як це вдається зробити, наприклад, в Італії чи у Франції.

Насамперед нас цікавить історична традиція дослідження туризму, яка складається з двох великих проблемних напрямів: 1. Багатовікової всесвітньої історії подорожей, а також історії становлення сучасного масового туризму і туристичної галузі; 2. Історії країн і народів, знання та розуміння якої необхідне для правильного складання туристських програм чи маршрутів.

Зазначимо, що паломництво – одна з найстаріших форм релігійного туризму. Існує велика кількість місць призначення та об'єктів, які за своєю природою чи історичною цінністю представляють інтерес для вітчизняних та іноземних відвідувачів з усього світу, які беруть участь у паломництві, зосереджуючись на відвідуванні релігійних об'єктів з метою консолідації певної віри та розвитку ідентичності. Ці місця привертають увагу відвідувачів не тільки з релігійних причин, але і з точки зору інтересу до історії, архітектури чи художніх цінностей

У релігійному туризмі зазвичай виділяють декілька видів паломництва, що класифікуються за різними ознаками:

- за числом учасників і сімейною приналежністю – індивідуальні, сімейні та групові паломництва;
- за терміном подорожування – тривалі і короткочасні паломництва;
- за сезонністю – довільні цілорічні паломництва, або приурочені до певних релігійних свят;
- за об'єктами відвідин – відвідини конфесійних культових місць (монастирів, храмів), а також природних культових місць (святих гір, озер, печер, джерел);
- за місцем розташування об'єктів паломництва – внутрішні (в межах державних кордонів) і закордонні паломницькі тури;
- за ознакою обов'язковості – добровільні і обов'язкові паломницькі тури (наприклад, в ісламі паломництво – хадж, є обов'язковим для кожного правовірного).

Серед причин здійснення паломництва можна виділити зокрема такі:

– бажання зцілитися від душевних і фізичних недуг;
– потреба помолитися за рідних і близьких;
– сподівання знайти благодать;
– поклик виконати богоугодну роботу;
– надія відмолити гріхи;
– можливість висловити подяку за блага, послані зверху;
– обов'язок проявити відданість вірі;
– прагнення до подвижництва в ім'я віри;
– віра в нагоду знайти сенс життя.

Розгляд феномену релігійного туризму та з'ясування специфіки свідомості сучасної людини, характеристики соціального, культурного та економічного статусу різних соціальних груп, що визначають різноманітні туристичні мотиви, які мають значний вплив на вибір туристичної активності конкретної ідентичності, передбачає звернення до культурологічних та мистецтвознавчих розвідок зарубіжних теоретиків.

Зокрема, Києво-Печерська лавра як древня сакральна установа і Києво-Печерський історико-культурний заповідник як науковий і просвітницький комплекс, співіснуючи поряд один з одним, можуть і повинні, з одного боку, вдосконалювати культуру паломництва віруючих, а з другого, –

підвищувати науковий рівень екскурсійно-пізнавального туризму. В такому разі, будуть враховані як духовні запити віруючих паломників, так і пізнавальний інтерес пересічних туристів. Відтак, паломництво і релігійний екскурсійно-пізнавальний туризм стануть інструментом культурного діалогу й слугуватимуть встановленню суспільної злагоди та міжконфесійної толерантності. Паломницька форма туризму має величезний потенціал для пропагування міжконфесійних та міжкультурних комунікацій, а також збереження культурного різноманіття країни.

Література:

1. Шевченко В. М. Словник-довідник з релігієзнавства. Київ: Наукова думка, 2004. 560 с.
2. Новий Завіт Господа нашого Ісуса Христа: з 4-го повного перекладу Біблії. Київ: Укр. Біблійне т-во, 2008. 317 с.
3. Khristov T. T. Religious tourism. Moscow: Academia, 2005.288 p.
4. Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism International Conference on Strategic Innovative Marketing, IC-SIM 2014, September 1–4, 2014, Madrid, Spain. Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2015. Vol. 175. P. 423–430.
5. Kavoura A. The use of tourism distribution channels for advertising a religious 'imagined community': the case of branding a prefecture at a regional level, Arcadia, Greece. Advertising: Types of Methods, Perceptions and Impact on Consumer Behavior. New York: Nova Publishers 2014. P. 1–34.
6. UNWTO. Tourism Highlights, Edition 2010 URL: http://lgtinfo.com.ua/images/stories/2010t.pdf (дата звернення: листопад 2015).

Петрова Ірина, *доктор культурології, професор КНУКіМ*

ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «ДОЗВІЛЛЯ» В КУЛЬТУРІ УКРАЇНЦІВ

Життя і мислення праукраїнців формується під впливом язичництва, обожнювання сил природи, поклоніння духам предків. Для молитов та жертвоприношень у давніх слов'ян були місця, де «чоловік особливо живо відчував на собі вплив природи, подих тієї таємничої сили, що переймала її й була властивим предметом культу, де він вважав можливим зблизитися до її таємничої сили якнайближче» [2, 315]. Про нерозривний зв'язок народного світогляду з природою свідчать колядки та щедрівки, гаївки та веснянки, русальні та купальні, колискові, весільні пісні, поховальні звичаї, приповідки, загадки, замовляння, перекази, казки, історичні билини; ігрища на честь матері-Землі язичницьких богів. Тому першоджерелами українського дозвілля, яке на час свого виникнення характеризується екологічним світосприйняттям, були язичницькі обряди, ігри, танки, пісні.

В українській мові поняття «дозвілля» вживалося не у значенні вільного від праці часу (часу для відпочинку), а у значенні вільного простору, привілля: «Середнє Подніпров'є, що в перших віках історичного життя українських земель було огнищем політичного, економічного, культурного життя для цілої Східної Европи, в тих темних століттях (I половина XIII – початок XVI – Петрова I.) стало глубоким перелогом, на якім буйно віджила дівича природа, не чуючи над собою важкої руки чоловіка, і серед неї на ново сходили сходи суспільного життя, де в чім навязуючи до традицій давнійших, староруських, в иньшім – розвиваючи ся вповні оригінально серед дозвілля сих здичілих пустинь…» [2, 2].

Дозвілля у значенні «привілля» передбачало і відмову діяти, і недосяжність особистого щастя, і тугу за минулим, орієнтуючи людину на ідеальний світ, сподівання на кращу долю, естетизм у найбуденніших проявах життя. На буденному рівні це виявлялося в романтичній мрійливості характеру («Дивлюсь я на небо та й думку гадаю, чому я не сокіл, чому не літаю») і активному «увнутрішненні»: «Геть далеко на схід і полудне в саме сусїдство татарських кочовищ тягнулися ті невичерпано-богаті безкраї «уходи», де промишляли всякі «уходники», не знаючи над собою нїчиєї власти, не маючи нїкого над собою крім горячого полудневого неба… Серед сього роскішного дозвілля жили вони «уставично на мнясї, на рибі, на меду з пасїк», «ситили собі мед як дома», не платячи за се нїяких податків, і з багатими запасами риби, меду, шкір вертали ся на зиму в городи»

[2, 8]. Чи не це «невичерпне багатство природи» мав на увазі Гервасій Тільберійський, коли писав про праукраїнців: «Народ руський косніє в неробстві, з пристрастю віддається полюванню й непомірній обжерливості, ... майже ніколи не переступає кордонів своєї країни»? [7, 67].

Надзвичайно важливим для формування дозвілля стало прийняття християнства, що сприяло виникненню у Київській державі «високої» культури, взорованої на багатій культурі Візантії. Християнство духовно, економічно й політично поєднало Київську Русь з Європою, стимулювало розвиток писемності, культури. Із Візантії Київська Русь із православ'ям засвоїла концепції розуміння «високого» дозвілля за Платоном, Арістотелем, Сенекою, Епікуром, Ціцероном.

У «Літописі руському», окрім церковних співів, згадуються плачі: на похованні Ярослава Мудрого «попи по обичаю співали співи, і плакали по ньому всі люди...» [3, 99]. Серед весільних обрядів також зберігаються дохристиянські: «І весіль не бувало в них, а ігрища межи селами. І сходилися вони на ігрища, на пляси і на всякі бісівські пісні, і тут умикали жінок собі, – з якою ото хто умовився» [3, 9-10]. Такі ігрища зображені й на одній із мініатюр Радзивилівського літопису та на князівських і боярських прикрасах, датованих XI-XIII ст. [4, 436].

Церква, перетворившись на центр духовного та культового єднання мирян, стала тією інстанцію, яка заперечувала одні форми дозвілля і підтримувала та популяризувала інші. Так, з християнством у культуру Київської Русі увійшли церковні співи, які вважаюлися священними, на відміну від народної музики, пов'язаної з язичницькими обрядами («бісівських» заклинань, ігрищ, колядок, ритуалів і свят) і виконуваної невеликими інструментальними ансамблями – «троїстими музиками», мандрівними музикантами, відомими як старці та старчихи, лірники й кобзарі.

Церква забороняє «плясання», «хитання» та музичні розваги («Як плясці або гудці, або хто інший закличе на ігрище або на яке зборище ідольське, то всі туди біжать, радуючись»), різні «бісові дива», скоморохів, що мають негативний вплив на народ: «...диявол обманює, хитрощами переваблюючи нас од Бога: трубами і скоморохами, і гуслями, і русаліями. Ми бачимо ж ігрища витолочені і людей безліч на них... а церкви стоять, і коли буває час молитви, [то] мало їх перебуває в церкві» [3, 105].

Християнство визначає й коригує морально-етичні норми людської поведінки, що безпосередньо впливає на сприйняття дозвілля. Унаочнює належну поведінку, яка відповідає християнським заповідям, «Повчання» Володимира Мономаха: «Ні питтю, ні їді не потурайте, ні спанню…», «лжі бережися, і п'янства, і блуду, бо в сьому душа погибає і тіло», «а коли добре щось умієте – того не забувайте, а чого не вмієте – то того учітесь, так же, як отець мій. Удома сидячи, він зумів знати п'ять мов», «хай не застане вас сонце на постелі, – так бо отець мій діяв блаженний і всі добрії люди достойні».

І лише у новій українській літературі першої половини XIX ст. поняття «дозвілля» частіше вживається у значенні часу, вільного від обов'язкових справ. Так, у творах Т.Шевченка слово «дозвілля» не трапляється, однак поет вживає його російський аналог – «досуг» у значенні часу, не зайнятого роботою, розваг, особистих занять у вільний від роботи час [5, 303]. У цьому значенні використовує його і В.Аскоченський: «Прегарно проведений вечір, у повному розумінні літературний. Шевченко – чудовий поет. На дозвіллі я розповім про нього. Але цього дозвілля не випало» [1, 650].

Аналіз творів української літератури (П.Загребельного, І.Котляревського, Лесі Українки, І.Нечуя-Левицького, О.Гончара) додає нам підстави стверджувати, що дозвілля найчастіше вживається письменниками у значенні волі, привілля або ж просторого місця, дозвоління, вільного часу.

Так, у значенні «вільний час» дозвілля використовується у Котляревського («Троянці покотом лежали і на дозвіллі добре спали»); Рильського («Була неділя, тихий час дозвілля, Тому ото на теми історичні Колгоспниці змагатись мали час»); Лесі Українки («Заспокоївшись, що ніхто йому не перешкодить, князь сів, щоб на дозвіллі розібрати численні рахунки своїх кредиторів»); Загребельного («Жителі степів і в роботі, і в дозвіллі над усе ставлять сміх»). У значенні «привілля» дозвілля використовується у Черкасенка («У лісі на дозвіллі, то добре волам пастись»); Терещенка («Вона щороку в степовім дозвіллі вся прибиралась у весняний цвіт»); Бичка («Їх, мов на зло, Пошукати дозвілля до цих місць потягло»); Лесі Українки («Краще йди в темний гай, у зелений

розмай, Або в поле, де вітер гуляє, На дозвіллі із лихом собі розмовляй, – Може, там його вітром розмає»); Неходи («Привілля озерних незайманих вод, І хащі лісів у осіннім полоні...»). У значенні «дозвоління» дозвілля знаходимо у Левицького («За господським дозволінням, за риб'ячим приказанням, щоб було гризище, кісілище і бухан хліба»); Самійленка («Хто тут співає? Одчиняй! Тут не дозволені концерти!!»); Гончара («Мав Цимбал свої слабості, над якими в Криничках кожному дозволено було потішатись»).

Відповідно, похідні від дозвілля використовуються у значенні:

Вільний. «Праця при комунізмі буде радісною, вільною, творчою, але все ж таки це буде праця, а не розвага, не дозвільне проводження часу»[1].

Привільний. Як дозвільно було йому і всім у цьому полі[2]; Людському роду і дикому звірю [звіру] дає [земля] існування, Тому тварині усій постачає, щоб сита і буйна В світі дозвільно жила[3].

Дозволений. Та ще немалая скорбота: У наших … книгарнях Книжок дозволених – пустота, А їх немало треба б мати.

Прикметно, що в українській мові «дозвілля» семантично пов'язане передусім з такими поняттями як «воля» («неволя»), «вільний», «звільнити», «дозвіл», «дозволити». І хоча «неволя» є похідною від «волі», остання в українській мові найчастіше асоціюється з виходом за межі неволі чи заборони щось робити. Як влучно зазначає Кірсанов В.В., українському дозвіллю притаманні і сфера свободи, і дух вольності, і прагнення вийти за межі неволі, і яскраво вираще на залежність від заборони. Вченим підкреслюється й такий аспект як «виявлення волі», власний вибір, що вимагає концентрації зусиль, вольових якостей, відповідальності, прагнення долати обставини, що відрізняє дозвілля від діяльності, яка просто подобається і не піддається зовнішньому впливу [3, 66]. Тобто, українське дозвілля пов'язане з прагненням до незалежності (зокрема й особистої, індивідуальної), з прагненням бути господарем власної долі та відповідальним за свої вчинки (прояви волі, вольових якостей) в усіх сферах життя – праці, відпочинку, участі в громадських справах і т.ін.» [там само].

Аналізуючи можливі напрями перспективної переорієнтації дозвілля з урахуванням історико-культурного досвіду, можна стверджувати, що оптимальним є зміщення акцентів на розуміння дозвілля як простір культурного творення особи та засобу гармонізації людського буття.

Література:

1. Аскоченський В. І. Мої спогади про Т. Г. Шевченка // Домашняя беседа. 1861. № 33. С. 645–651.
2. Грушевський М. Історія України-Руси. Т. VII. Розд. I. URL: http://litopys.org.ua/hrushrus/iur70102.htm (дата звернення: 12.10.2018).
3. Кірсанов В. В. Теоретико-методологічні та методичні засади педагогічної діагностики організації дозвілля : монографія. К. : Альтерпрес, 2006. 352 с.
4. Літопис руський / пер. з давньорус. Л. Є. Махновця; ред. О. В.Мишанич. К. : Дніпро, 1989. 591 с.
5. Рыбаков Б. Язычество древних славян. М. : Наука, 1981.
6. Словарь языка русских произведений Шевченка Т.Г. :в 2 т. Т.1. К., 1985. 754с.
7. Тильберийский Г. Императорские досуги: Otia imperialia // Английские средневековые источники IX-XIII вв. / пер. В. И.Матузовой. М. : Наука, 1979. С. 61–67.

[1] Комуніст України. – 1960 - №6. – С.55;
[2] Скляренко С.Д. Святослав. – К.: «Радянський письменник», 1959. – С.175.
[3] Зеров М.К. Вибране. «Дніпро», К., 1966, С.188.

***Рибаченко Віктор**, доцент кафедри*
зв'язків з громадськістю і журналістики КНУКіМ

КУЛЬТУРА КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ІМІДЖУ

Імідж є складним соціально-психологічним феноменом, який має комунікаційну природу. Він формується, презентується, корегується та існує у процесі постійної взаємодії носія (суб'єкта) іміджу та аудиторій його сприйняття. Процес презентації іміджу особистості можна розділити на наступні етапи:

1. Замисел іміджу, який би найбільшою мірою забезпечив би цілі носія (суб'єкта) іміджу. Такими цілями може бути бажання сподобатися, викликати довіру, здивувати, зацікавити, вразити, епатувати, шокувати тощо.

2. Аналіз особливостей аудиторії, якій збираються презентувати свій імідж: її соціально-демографічних характеристик (стать, вік, освіта, соціальний статус тощо), особистих та групових цінностей, правил, стандартів, орієнтацію на певні модні тенденції, уявлення про прийнятне і неприйнятне.

3. Вибудовування саме такого іміджу, який, за думкою носія (суб'єкта) іміджу допоможе йому досягти бажаного ефекту. Таке вибудовування відбувається в різних аспектах, образно кажучи, різних «оболонках» іміджу.

4. Презентуючи імідж, потрібно враховувати закономірності та особливості процесів сприйняття, інтерпретації сприйнятого, його оцінки відповідно до уявлень аудиторії про естетичні, морально-етичні, поведінкові стандарти презентації себе даній аудиторії. Зокрема, потрібно моделювати свою появу таким чином, щоб ефект першого враження був позитивним, враховувати дію ефекту «ореолу», коли репутація людини «біжить» попереду неї і формує ймовірну упередженість, чи, навпаки, завчасне захоплення при одному тільки анонсі, що дана особа прийде. Не можна виключати і дію ефекту установки, коли аудиторія вже наперед налаштована певним чином щодо носія (суб'єкта) іміджу і має установку на позитивне чи негативне ставлення до даної персони. При великому бажанні вразити аудиторію, носій (суб'єкт) іміджу може завчано готуватися до того, щоб однією тільки своєю появою, зовнішнім виглядом, першими словами спілкування здійснити так званий «вау-ефект».

5. Презентуючи імідж, варто враховувати, що у першу чергу аудиторія схильна сприймати так званий габітарний, або візуальний аспект іміджу. Особливості фігури, якість і ступінь модності чи оригінальності одягу, взуття, аксесуарів, макіяж, зачіска – все це сприймається в першу чергу і носій (суб'єкт) іміджу, котрий вибудовує висококультурну комунікацію, має про це пам'ятати.

6. Другим за черговістю сприймається лінгвокультурний аспект іміджу особистості. Рівень грамотності мовлення, правильні наголоси, словарний запас, уміння вставити в своє промовляння згадки про видатних діячів культури, цитувати їх вислови тощо – усе це підвищує комунікативну культуру суб'єкта, який презентує свій імідж.

7. Третім сприймається поведінковий аспект іміджу особистості. Ввічливість, дипломатичність, галантність, манери, уміння привернути симпатію співрозмовників спрацьовує на підвищення культури комунікації і посилює позитивне ставлення аудиторії до суб'єкта іміджу.

8. Наступним сприймається психологічний аспект іміджу, я-образ і самооцінка суб'єкта, його психологічні і особистісні якості, рівень домагань, ступінь амбітності, бажання домінувати тощо.

Саме системний, комплексний аналіз процесу підготовки та здійснення презентації власного іміджу дозволяє зробити висновок про рівень культури міжсуб'єктної комунікації та ймовірну успішність чи неуспішність такої презентації. Імідж особистості – це динамічна система, тому і його презентацію потрібно здійснювати з урахуванням вище проаналізованих закономірностей сприйняття, інтерпретації та оцінки всіх аспектів, «оболонок» іміджу, розуміючи, що власний імідж потрібно корегувати з урахуванням зворотного зв'язку від аудиторії.

Шевченко Наталія, *кандидат педагогічних наук, доцент НАКККіМ*

НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ФУНКЦІЙ ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЙ

На сьогодні в більшості країн світу відзначається інтенсифікація рекреаційного використання природних ландшафтів. Збільшення потреби в ресурсах відпочинку та змістовного проведення дозвілля призводить до необхідності залучення в рекреаційну сферу об'єктів природоохоронних територій. В цьому контексті виділення окремих ділянок природно-заповідного фонду (ПЗФ) для створення туристично-рекреаційних парків є перспективним напрямом освоєння територій на межі природних і урбанізованих ландшафтів.

Організація рекреаційної діяльності на основі сучасних науково-обґрунтованих підходів і методів, згідно українського законодавства, передбачає створення чотирьох функціональних зон: заповідної, регульованої та стаціонарної рекреації, господарської зони [1,502.], що дозволяє повною мірою використовувати все різноманіття форм туристського природокористування. Втім, рекреаційна діяльність, як один із напрямів господарської діяльності, який посилює антропогенне навантаження на природне середовище, не повинна сприяти розвитку негативних природних явищ і перешкоджати природоохоронним цілям [3]. Тому науковці розглядають різні технології використання паркового середовища та підходи до класифікації рекреаційного природокористування, одним із яких є поділ на рекреаційно-лікувальне, рекреаційно-оздоровче, та рекреаційно- пізнавальне природокористування [4].

Стратегічно важливо, щоб об'єкти ПЗФ включалися в довготривалі програми розвитку туристичної інфраструктури регіону і розширення спектру рекреаційних послуг, щоб уникнути нівелювання їх значимості в економічному і соціальному розвитку суміжних територій. Це вимагає значних капіталовкладень і організаційних заходів на місцях (будівництво невеликих готелів і котеджів для прийому туристів, реставрація та ремонт історико-культурних пам'яток, організація й підтримання місцевих народних промислів і національних свят).

При проведенні досліджень щодо підготовки та реалізації перспективної моделі територіальної організації рекреаційної діяльності регіону, на основі природно-заповідних територій, пріоритетним є виділення наступних аспектів: оцінка наявного туристсько-рекреаційного потенціалу; виявлення можливостей посилення рекреаційних функцій об'єктів ПЗФ; визначення напрямів розбудови високоефективної туристської інфраструктури, спрямованої на структуризацію культурних і природних ландшафтів, на просторову організацію центрів інноваційної і традиційної культур.

Інтегрованою формою рекреаційної діяльності є екологічний туризм, він об'єднує всі ті види туризму, які орієнтовані на довготривале збереження природного довкілля, формування інтелектуально-гуманістичного світогляду, налагодження гуманних стосунків з місцевим населенням та органами самоврядування, поліпшення соціально-економічного благополуччя регіонів. Саме сталий розвиток туризму орієнтований на збереження етнокультурного середовища, є умовою екологізації традиційних видів туризму, зразком для наслідування в усьому світі [2].

Об'єкти екологічного туризму Київщини – це пам'ятки природи, заповідні урочища, скали, джерела, які уже є феноменом культури і духовності, прикладом народних екологічних традицій. А якщо задіяти ще й заповідні природні об'єкти, серед яких найбільш відомим є дендропарк «Олександрія», то пристосовані до туризму, вони отримують більшу рекреаційну, виховну, освітню і культурну цінності, тому що сприяють збереженню зразків природних і культурних ландшафтів в зоні традиційного розселення людини та нададуть нового імпульсу розвитку регіону за рахунок застосування новітніх рекреаційних технологій.

Сприяння формуванню і просуванню конкурентоспроможної туристичної пропозиції та прискорення розвитку рекреаційної діяльності дендрологічного парку «Олександрія» може відбуватися в наступних напрямках: виділення зон регульованої рекреації, де зорганізується короткостроковий відпочинок та оздоровлення населення; розробка і влаштування туристських маршрутів і екологічних стежок; організація й проведення екскурсій і короткотривалих

рекреаційних турів; проведення комплексних природоохоронних компаній і акцій; розвиток екологічної освіти і виховання, в тому числі – шкільних і студентських екологічних таборів, експедицій, навчальної практики; професійна підготовка спеціалістів, шляхом проведення курсів екскурсоводів; облаштування зон стаціонарної рекреації в лісопарковій зоні дендропарку (призначених для розміщення готелів, мотелів, кемпінгів, агросадиб й інших об'єктів обслуговування відвідувачів парку); розробка спеціальних дозвіллєвих програм для різних категорій населення; будівництво поромних і човнових станцій в заплавній зоні річки Рось; розвиток інфраструктури агроекологічного, культурно-пізнавального, спортивного, оздоровчого та екологічного туризму на територіях, що межують з парком.

Література:

1. Закон України «Про природно-заповідний фонд» // Відомості Верховної Ради. 1992. № 34.

2. Смаль В. В. Світовий досвід розвитку екологічного туризму // Український географічний журнал. 2003. №4. С. 58-60.

3. Черчик Л. М. Формування ринкових відносин у рекреаційному риродокористуванні. Луцьк: ЛДТУ, 2006. 352 с.

4. Яковенко И. М. Рекреационное природоиспользование: методология и методика иследований. Симферополь: Таврия, 2003. 336 с.

Атаманенко Олександра, *студентка магістратури,*
кафедри івент-менеджменту і шоу-бізнесу КНУКіМ

ЕСТЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ЯК ПРІОРИТЕТ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Виховання дітей завжди актуальне питання, адже саме діти є майбутнє держави, запорука її благоустрою та покращення духовного та культурного рівня суспільства. Ознака розвиненої країни – це національна свідомість громадян та високий розвиток культури в суспільстві. Українська нація завжди була неповторна в своїх традиціях на яких базувалася освіта та культура – всьому світу відомі прізвища Бортнянського, Веделя, Березовського і їх хорові твори, наші державні діячі такі, як Мазепа, Володимир Великий, Ярослав Мудрий, наші університети. Але через поневолення українських земель формування українського мистецтва було призупинено і тільки в період самостійної України держава почала знову звертати увагу на розвиток культурного рівня своїх громадян, бо саме висококультурна людина може змінити цей світ на краще і саме такі люди потрібні нашій країні.

Адже саме в дитячий період людина формує свій світогляд, цінності, погляди на життя , які потім майже не змінюються протягом всього подальшого життя людини. А формує цей світогляд саме оточення людини, в якому вона перебуває, з його цінностями, традиціями та культурними стандартами.

І саме тут ми можемо говорити про естетичне виховання дитини, яке займає провідну роль у вихованні взагалі. Естетика у перекладі з грецької мови перекладається як відчуття, або чуттєве сприйняття. Естетика це знання про мораль, поведінку та гармонію та красу в усіх проявах життя людини.

Предметом естетики є чуттєве пізнання навколишньої дійсності з її різноманітними напрямами: природою, суспільством, людиною та її діяльністю в усіх життєвих сферах, навіть у виробничій. Так, з естетичними властивостями явищ і предметів зустрічаємося, коли розглядаємо чудові квіти, величні споруди (наприклад, церкви, пам'ятки давнини тощо), нові технічні об'єкти (комп'ютери, машини, роботи та ін.), які створені працею людини, коли пишаємося високогуманними вчинками людей, високохудожніми творами мистецтва. Про людей, чутливих до краси, говоримо, що вони мають естетичне чуття. Процесу сприймання естетичного даємо назву естетичного сприйняття, результатом якого є естетичне переживання [3] Актуалізується сьогодні і

питання естетичних ідеалів, які розглядаються науковцями як певна характеристика культурних цінностей людини [4, с. 204].

Життя починається з сім'ї і продовжується в школі, в мистецьких закладах. Тісно переплітається з викладачами та всіма дорослими людьми, які оточують дитину, саме вони є взірцем естетичної людини і діляться своїми знаннями та поняттями про добро і зло, справедливість, культуру. Діти, які зростають в естетичному середовищі, виростають справжніми людьми, які високоосвічені, культурні, виховані та розуміють красу в усіх проявах свого життя.

Показник розвиненої країни є саме така людина, тому Україна визначила пріоритет своєї культурної політики. Нашій державі потрібні громадяни, які в своєму житті духовні цінності ставлять набагато вище матеріальних цінностей, такі громадяни будуть справжніми людьми, які поважають і бережуть природу, інших людей та матеріальні і духовні надбання наших предків.

Ось данні, які знаходяться на сайті Міністерства Культури.

1991 рік – прийнято Закон Української РСР «Про освіту», в якому училища культури і мистецтв, як і інші заклади освіти цього типу, віднесені до закладів вищої освіти. 1992 рік – прийнято Закон України «Основи законодавства України про культуру», яким одним з пріоритетів державної політики в галузі культури визначено естетичне виховання дітей та юнацтва у закладах освіти незалежно від форм власності і підпорядкування, закріплено право громадян на спеціальну освіту в галузі культури, визначено порядок організації спеціальної освіти в галузі культури.[2]

Потім було багато реформ та змін, які тривають ще й досі, але їх мета розвиток української культури, створення умов для розвитку особистості. Завдяки цим реформам проходять моніторинги якості початкової мистецької освіти, виділення державних коштів на ремонти мистецьких закладів та придбання необхідного обладнання, на підтримку обдарованих дітей та студентів.

3 квітня 2017 року розпорядженням Кабінету Міністрів України № 275 затверджено середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік, одним з пріоритетів якого є модернізація змісту та умов надання мистецької освіти.

Згідно Закону України «Про культуру» ст..3:. держава у пріоритетному порядку створює умови для:

- розвитку культури української нації, корінних народів та національних меншин України;
- збереження, відтворення та охорони історичного середовища;
- естетичного виховання громадян, передусім дітей та юнацтва;
- розширення культурної інфраструктури села;
- охорони, заохочення та підтримки культурного розмаїття як одного з найважливіших чинників сталого розвитку держави.[1]

Тому головним напрямком культурної політики держави є законодавче забезпечення естетичної освіти в усіх мистецьких закладах освіти. Створення умов для всебічного розвитку своїх громадян, для формування естетичного досвіду та самореалізації особистості. Отже найважливіша місія культурної політики держави розвивати в дітях естетику, любов до краси, поваги до надбань наших предків.

Література:

1. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. URL :http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 2778-17 (дата звернення: 23.09.2018).

2. Культурно-мистецька освіта на сучасному етапі: прагнення, виклики, перспективи : матеріали міжнар. наук. конф. URL : http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245321169&cat_id=244931901 (дата звернення: 23.09.2018).

3.Естетика: навч. посіб. / М. П. Колесніков, О. В. Колеснікова, В.О. Лозовой та ін.; за ред. В.О. Лозового. К. : ЮрінкомІнтер, 2003. 208 с.

4. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

Балакірєв Євгеній, *студент магістратури НАКККіМ*

РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна діяльність завжди супроводжується ризиками, а з іншого боку – сама є джерелом ризиків. При цьому результативність інноваційної діяльності прямо залежить від того, наскільки точно оцінено ризик, а також від того, наскільки адекватно визначені методи управління ним.

Під ризиком в інноваційній діяльності слід розуміти можливість (загрозу) втрати господарюючим суб'єктом частини своїх ресурсів, недоотримання доходів чи виникнення додаткових витрат у результаті здійснення виробничо-збутової і фінансової діяльності, яка спирається на нові технології, нові продукти, нові способи їхньої реалізації тощо [5, 44].

Ризик інноваційної діяльності виникає тоді, коли існує більше ніж один варіант реалізації нововведення. У загальному вигляді ризик інноваційної діяльності фахівці [1, 123; 2, 76; 6] визначають як імовірність втрат, що виникають при вкладенні коштів у виробництво нових товарів (послуг), розробку нової техніки й технологій, які не матимуть очікуваного попиту на ринку, а також при вкладенні коштів у розробку управлінських інновацій, які не дадуть очікуваного ефекту.

У світовій та вітчизняній спеціальній літературі поняття «управління ризиками» використовується у широкому та вузькому значенні. У широкому розумінні управління виступає мистецтвом і наукою, спрямованих на забезпечення умов успішного функціонування будь-якої виробничо-господарської одиниці в умовах ризику; у вузькому – являє собою процес розробки й впровадження програми зменшення будь-яких, випадково виникаючих, збитків фірми. Особливо важливим є врахування ризику при впровадженні конкретних інновацій в сфері діяльності підприємства. Для структуризації підходів при управлінні економічними ризиками в умовах запровадження інновацій на підприємствах виділені варіанти їх виникнення. Вони характеризують виробничий процес та виявляють закономірності, пов’язані з просуванням інноваційного товару чи послуги на відповідний ринок.

Загалом до ризиків, що виникають в процесі інноваційної діяльності, належать такі:

- ризики помилкового вибору напрямку інноваційної діяльності;
- ризики недостатнього забезпечення інноваційної діяльності фінансуванням;
- ризики постачання ресурсами, необхідними для інноваційної діяльності;
- маркетингові ризики збуту результатів інноваційної діяльності;
- ризики виникнення непередбачених витрат і зниження доходів;
- ризики посилення конкуренції;
- ризики, пов'язані з недостатнім рівнем кадрового забезпечення;
- ризики, пов'язані із забезпеченням прав власності на інноваційний продукт тощо [3, 178].

Ідентифікація ризиків реалізації інноваційного проекту полягає в усвідомленні того, які події можуть мати негативний вплив на проект, тобто визначення потенційних джерел інноваційного ризику. Перелік таких негативних подій повинен бути вичерпним, тобто має охоплювати усі потенційні ризикові події, які можуть настати, незалежно від наслідків цих подій чи від їх ймовірності настання. Такий перелік повинен уточнюватися протягом усього періоду реалізації інноваційного проекту. На першому етапі управління ризиками інноваційної діяльності важливо виділити види інноваційних ризиків залежно від наслідків, які вони можуть мати для підприємства-інноватора у процесі безпосередньої реалізації інноваційного проекту. Зокрема, істотний вплив на інноваційні проекти підприємства можуть чинити так звані ризики мікросередовища, до яких належать:

- організаційні ризики (неефективна стратегія інноваційної діяльності підприємства, незадовільна організація роботи підрозділів, які займаються інноваційними розробками, неефективно побудовані канали поширення інформації в процесі інноваційної діяльності, можливі конфлікти в процесі реалізації інноваційних розробок, тощо);
- маркетингові ризики (неефективний підбір відповідних маркетингових стратегій пропагування та впровадження інновацій);

- продуктові ризики (неефективний підбір відповідних технологій, постачальників ресурсів, підрядників, неякісно організована система управління запасами тощо);

- фінансові ризики (брак необхідних для реалізації інноваційних проектів коштів, погіршення фінансового стану підприємства, складність одержання зовнішніх позик для фінансування інноваційних проектів тощо);

- ризики управління персоналом (неспроможність штатних працівників підприємства самостійно реалізувати інноваційний проект, плинність кадрів, неефективна система мотивування працівників, які задіяні у процесі інноваційної діяльності тощо) [4, 22].

Ступінь ризику залежить від наступних факторів: обсягів отриманої точної інформації; рівня розробки методології та теорії проблем, які використовуються в процесі пошуку інноваційних ідей; виду впровадження етапів; рівня професіоналізму робітників тощо.

На сучасному етапі розвитку економіки України темпи впровадження інновацій на підприємствах є дуже низькими, що обумовлено певними чинниками, одним з яких є висока ризикованість даного виду діяльності. Для покращення стану інноваційної активності підприємств необхідно знижувати негативні наслідки ризиків, а, отже, ризиками необхідно управляти.

Література:

1. Бабенко Т. Ю. Управління ризиками інноваційної діяльності на підприємстві URL https://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section1/tez13/ (дата звернення: 21.09.2018).
2. Донець Л. І. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. К. : Центр уч. літ-ри, 2012. 472 с.
3. Жежуха В. Й. Ризики інноваційної діяльності // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. С. 177–182.
4. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посіб. Суми : ВТД Університетська книга, 2003. 278с.
5. Покотилова В. І. Система управління ризиками інноваційної діяльності // Економіка АПК. 2009. № 2. С. 42–46.
6. Про інноваційну діяльність : Закон України. Із змінами від 16.10.2012. URL: http://zakon1.rada.g ov.ua (дата звернення: 12.10.2018).

Баланюк Анастасія, *студентка магістратури НАКККіМ*

МЕНЕДЖМЕНТ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

Багато видів сучасного туризму орієнтовані на знайомство з іншими народами і їх культурами. Особливе місце при цьому займає культурний, зокрема музейний туризм – як новий вид туристичної діяльності, сучасна форма міжкультурних комунікацій. Культурний туризм – це форма взаємодії, культурного обміну, яка передбачає цілеспрямоване занурення в культурне середовище з метою її освоєння. В основі культурного туризму лежить потреба знайомства з культурою, як свого народу, так і народів інших країн. Особливістю культурного туризму є формування цілісного уявлення про історію та культуру, що сприяє розвитку діалогу та взаємодії між культурами. Відповідно, музейний туризм передбачає знайомство з мистецтвом як своєї країни, так і країн світу, що, безперечно, також сприятиме розвитку діалогу культур.

Туристична політика і діяльність здійснюються на основі поваги до художньої, археологічної та культурної спадщини з метою її захисту і збереження для майбутніх поколінь; особлива увага при цьому приділяється охороні і турботі про пам'ятники, святилища і музеї, які повинні бути широко відкриті для відвідування туристами.

Культурний туризм – повноправна форма музейної роботи. особливо з огляду на трансформації, що відбулись в культурі наприкінці XX – початку XXI ст., в результаті якої музеї опинились в ситуації необхідності зміни форми комунікації.

Тенденція інтеграції музеїв є результатом кількох факторів. Один з них - це глобалізація. Немає сумніву в тому, що вона впливає на відносини між музеєм і суспільством. Глобалізація полегшує налагодження контактів різними способами комунікації, включаючи легкість переміщень і

подорожей. Уніфікація побутових умов (готелі, харчування) дозволяє мандрівникові відчувати себе комфортно в будь-якому місті, в будь-якій країні. Впровадження електронних засобів комунікації та Інтернет, поширення електронних візуальних засобів є іншим фактором, який впливає на музейну справу. В еру репродукцій, коли практично будь-яке зображення можна знайти в Інтернеті, реальні об'єкти набувають нового значення і цінності. Музеї в цій ситуації позиціонують себе як унікальний об'єкт, що пропонує людям близьке знайомство з справжніми витворами мистецтва їх [1, 51].

Важливим фактором, що спонукає музеї збільшувати взаємодію з суспільством, є необхідність розширення форм фінансування. З огляду на економічні зміни в суспільстві, сьогодні музей не може дозволити собі розкіш бути ізольованою академічною установою, він повинен заохочувати, зацікавлювати своїх відвідувачів. Відтак маркетингові, соціологічні дослідження стали звичним інструментом в музейних проектах, які узгоджуються не тільки з інтересами зберігачів і дослідників, а й враховують такі чинники, як суспільні тенденції, громадську думку і цінності, інтереси різних соціальних і вікових груп.

Досліджуючи музейні практики, науковець Ольга Копієвська зазначає, що саме на тлі своєрідного «буму пам'яті» та «розквіту так званої індустрії пам'яті», актуалізується вивчення форм культурної пам'яті. На думку вченої, саме актуалізацію збереженого історичного й культурного досвіду етнонаціонального буття забезпечують різні музейні практики, розробці яких увага фіксується на тому, що уявлення індивідів про минуле значною мірою задані наративами, образами, смислами, які репрезентовані в сучасному музейному просторі [2, 353].

Музейний туризм дає можливість «вивести» знамениті колекції в сучасний культурний простір і інтерпретувати їх як специфічну форму інтелектуальної, історичної і художньої спадщини. Музейний туризм повинен бути органічно включений в процеси, що становлять і визначають сучасну культуру. Культура природним чином детермінує тип, характер і функції своїх музейних утворень, як безпосередньо, так і опосередковано - через особливості сприйняття епохи. Музей як культурна форма іманентна культурі, він завжди існує в ній і змінюється разом з нею. Вирішення питання про включення музею в маршрути культурного туризму, ступінь затребуваності музею туристичною сферою, проблема менеджменту музейної справи є на сьогодні актуальними.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.

2. Копієвська О. Р. Еволюція музейної справи України у світлі державної культурної політики // Питання культурології : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України ; КНУКіМ. Київ : КНУКіМ, 2004. Вип. 19. С. 51–57.

Бугайов Микола, *студент магістратури НАКККіМ*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах невизначеності та мінливості соціально-економічних процесів питання сталого розвитку підприємства набувають значної актуальності. Стратегія сталого розвитку підприємства має враховувати вплив різних факторів як зовнішніх, так і внутрішніх, а ефективність роботи залежить саме від обґрунтованої, виваженої стратегії його розвитку. Оскільки підприємство є відкритою системою, тобто такою, що активно взаємодіє із зовнішнім середовищем, та є чутливою до будь-яких змін у ньому, головним завданням стратегічного управління стає забезпечення найоптимальнішого використання наявних ресурсів з метою досягнення цілей його функціонування.

Концепції управління, що існують сьогодні дають змогу підтримувати підприємствам стійке становище. Вони постійно адаптуються до умов, що змінюються. Стратегічне управління та його аспекти досліджували відомі західні та вітчизняні фахівці у сфері менеджменту, а саме: Х. Мінцберг, І. Ансофф, А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, Д. Є. Довгань, М. Мескон, З. С. Шершньова, С. В.

Оборська, В. Д. Маркова, О. С. Віханський, О. М. Тридід, В. І. Щелкунов та ін. Але треба зазначити, що прискорений розвиток та розробка методів і засобів ефективних систем управління сьогодні зумовлений причиною нарощування нестабільності середовища, в якому організації в Україні здійснюють свою діяльність.

Термін «стратегічне управління» в менеджменті вперше з'явився в 60-х –70-х рр. XX ст. Одну із причин виникнення поняття пов'язують з невизначеністю в прийнятті рішень щодо умов та можливостей організації в успішній діяльності на ринку. Іншою причиною вважають конкуренцію на ринку, яка змушує організацію створювати конкурентні переваги, уміло накопичувати та використовувати ресурси для задоволення потреб споживачів. Можна зробити висновок, що ускладнення умов виробництва і реалізації продукції зумовило еволюційний розвиток теорії управління організацією та призвело до появи стратегічного управління [1, 2].

Стратегія, за визначенням Г. Мінцберга, – це «принцип поведения или следование некой модели поведения» [3, 16]. За твердженням М. Портера, стратегія являє собою створення – завдяки різноманітності дій – унікальної і цінної позції [4, 25]. І. Ансофф зазначив, що «стратегия – один из нескольких наборов правил принятия решения относительно поведения организации» [1, 22]. А.А. Томпсон і Д.Ж. Стрікленд зазначали, що краще всього стратегію розглядати «…як комбінацію із запланованих дій і швидких рішень з адаптації до нових досягнень промисловості та нової диспозиції на чолі конкурентної боротьби» [5, 34].

Загалом, стратегія в сучасному судженні розглядається як довгостроковий план підприємства, модель певних дій і рішень для досягнення конкурентних переваг. Для її розробки підприємство повинно усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності, як: наявні ресурси, продукція, виробнича програма, організаційна структура, місія, ринки збуту, конкурентні переваги.

Щодо стратегічного управління, то воно являє собою «…багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією (включаючи її окремі частини) та зовнішнім середовищем, а також досягненню визначених цілей [5, 42].

Стратегічне управління це процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розроблюють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються.

В основі стратегічного управління лежить орієнтація організації на зовнішнє середовище – покупців, конкурентів, ринок і ринкове середовище. В стратегічному ринковому управлінні ставиться мета розробити ринкові стратегії, які відображають потреби покупців. Але, не слід забувати, що компанії потрібно не тільки реагувати на зміни в навколишньому середовищі, але й впливати на розвиток подій у ньому. Для цього існує розробка, так званих, попереджувальних стратегій.

Визначення необхідної інформації, раціональних і ефективних способів її збору, а також аналізу, зберігання та обробки даних багато в чому залежить від результативності процесу розробки стратегії. Перед організацією, при цьому, стоїть непроста задача – розробити таку систему збору інформації, аналізу і прийняття стратегічних рішень, які будуть діяти в режимі реального часу. Така система повинна бути достатньо структурованою і достатньо гнучкою для реагування на різноманітні ситуації.

Стратегічне управління організації дозволяє:

– форсувати розгляд стратегічних альтернатив;

– допомогти компанії впоратися із змінами;

– перейняти довгостроковий погляд;

– обґрунтувати розподіл ресурсів;

– допомогти в стратегічному аналізі і прийнятті рішень;

– створити систему стратегічного менеджменту і контролю.

Ефективність стратегічного управління буде відображати стійкість процесів перетворення вхідних компонентів в процесі реалізації стратегічної мети, що дозволяє визначати категорію ефективності як функціональний критерій стану системи стратегічного управління.

Недоліком цього підходу можливо назвати наявність так званого «чорного ящика», яким в системі ефективності стратегічного управління є внутрішня структура елементів, яка не завжди може бути структурована й оцінена. Крім цього, взаємодія елементів системи стратегічного управління між собою та із зовнішнім середовищем має настільки широкий діапазон за змістом, силою та спрямованістю, що викликає необхідність виділення тільки домінантних, суттєвих для дослідника елементів поведінки системи в конкретному її дослідженні. Наступним недоліком підходу до позиції стійкості системи підприємства у русі реалізації його мети є підтвердження незмінності цілі розвитку підприємства. Зазвичай аналіз практики підприємств, що застосовують стратегічне управління, показує довготривалий характер стратегічної цілі, але її реалістичність може мати певні коливання.

Література:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб. : ПитерКом. 1999. 416 с.
2. Василенко В.О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління. К. : ЦУЛ, 2013. 396 с.
3. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий, стратегическое сафари. СПб. : Питер, 2000. 366 с.
4. Портер М. Конкуренция. М. : Вильямс, 2001. 495 с.
5. Томпсон А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации. Москва : Юнити, 1998. 576 с.

Бульба Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ В УКРАЇНІ

Розбудова суверенної, демократичної, правової української держави, її становлення і утвердження неможливі без розвитку духовності громадян, виховання їх на засадах патріотизму, поваги до історичної спадщини українського народу, загальнолюдських цінностей, соціального оптимізму. У Конституції України визначено, що держава має сприяти консолідації та розвитку української нації, її сторичної свідомості, традицій і культури, а також розвитку етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України [1].

В час перехідного періоду суспільного, політичного, економічного устрою відбувається переоцінка цінностей, формування нових моральних підвалин, соціальних стандартів. Не буде помилковим зазначення того факту, що найбільш вразливою щодо здатності до формування, виховання й самовиховання в зазначених умовах є така група населення як діти і підлітки. Це обумовлює необхідність формування у громадян, і насамперед, у підростаючого покоління, високих моральних, морально-психологічних й етичних якостей, серед яких важливе місце посідає патріотизм, відповідальність за долю Батьківщини й готовність до її захисту.

Патріотизм визначається як безкорислива любов та відданість своїй Батьківщині. Бути патріотом значить емоційно переживати за свою приналежність до країни, власного громадянства, рідної мови та традицій [3].

Останнім часом, внаслідок кризових явищ у соціально-економічній, політичній, культурній й іншій сферах громадського життя відбувся різкий спад ефективності виховання підростаючого покоління. Найбільшу тривогу викликає один із ключових напрямків цієї діяльності, пов'язаний зі створенням умов для виховання й розвитку особистості громадянина й патріота України, здатного відстоювати її інтереси. У зв'язку із цим проблема патріотичного виховання підростаючого покоління набуває нових аспектів актуальності і потребує нових підходів до її вирішення як складової частина процесу соціальної адаптації, життєвого самовизначення й становлення особистості.

В умовах сьогодення все більшого поширення здобуває погляд на патріотизм як на найважливішу цінність, що інтегрує не тільки соціальний, але й духовно-моральний, ідеологічний, культурно-історичний, військово-історичний й інший компоненти. До ряду визначальних принципів, які одночасно є важливими умовами реалізації мети й завдань патріотичного виховання, ставляться: визнання високої соціальної значимості патріотизму, необхідність створення реальних можливостей і здійснення цілеспрямованих зусиль для розвитку підростаючого покоління.

Варто зауважити, що протягом останнього часу інтерес молоді до вивчення національної історії, традицій, побуту і звичаїв, витоків матеріальної і духовної культури не є досить вираженим та глибоким. Молодь майже не знає і не цінує внесок у становлення та розвиток української держави та державності таких історичних особистостей, як: Богдан Хмельницький, Тарас Шевченко, Михайло Грушевський, Іван Мазепа, Леся Українка, які своєю діяльністю сприяли утвердженню незалежної української держави, збереженню та формуванню її національної культури, традицій, цінностей, менталітету та свідомості української нації. Саме краєзнавчий матеріал повинен стати основою розуміння дітьми своєрідності інших далеких країв й областей.

Досліджуючи трансформації в культурних практиках, вчена О.Копієвська наголошує на специфіці репрезентації музейних наративів в експозиціях та екскурсіях. На думку дослідниці, саме при розробці музейних практик необхідно уникати упередженості, враховувати їх поліфункціональність – поєднання просвітницької, розважальної й інших функцій, патріотичних зокрема [2, 356].

Підліткам цікаво й корисно побувати в місцевій картинній галереї, н виставці, у музеї. Таке відвідування повинне стати для них подією, святом. У музеї для відвідування вибрати один розділ: «Наш край у стародавності», або «Природа рідного краю», або «Великі й знамениті люди нашого краю». Розмова з дитиною не повинна бути повчальною, це – спільне обговорення, роздум. Підлітку потрібно показати природну зацікавленість дорослого. Така «рівноправність» у вираженні думок і почуттів необхідна для розвитку в дитини самостійності розумової діяльності й особистісного відношення до подій і фактів.

Важливим чинником патріотичного виховання є формування історичної свідомості підростаючого покоління, що в умовах перехідного суспільства є надзвичайно складним завданням.

Література:

1. Конституція України : прийнята на 5 сесії Верховної Ради України 28.06 1996 // Відомості Верховної Ради. 1996. № 30. Ст.141.
2. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
3. Хто такий патріот? URL : https://dovidka.biz.ua/hto-takiy-patriot/ (дата звернення : 09.10.2018).

Бурбело Сергій, *студент магістратури НАККіМ*

УСПІШНА ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЮ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

Метою роботи є спроба виявлення шляхів ефективного у фінансовому відношенні функціонування музею. Застосовуючи методи аналізу та синтезу, розглядається процес перетворення приватної музейної збірки на потужний арт-центр. На основі дослідження зроблено висновок стосовно можливості впровадження перевірених методів управління у залученні додаткових джерел фінансування, що дає змогу надання привабливішого соціокультурного продукту.

Скорочення дотацій на утримання музеїв у сучасних умовах проблема не лише України, а й музейництва всього світу. Завданням роботи є не лише виявлення та дослідження шляхів її виникнення, а також пропонування варіантів вирішення. Актуальність теми криється у аналізі та дослідженні способів вирішення музейної проблеми в цьому напрямку, що має зацікавити

спеціалістів широкого кола професійних дисциплін. Детально описує завдання, які постають перед культурною інституцією на шляху пошуку джерел прибутку для подальшої діяльності. Об'єктом дослідження постає УК «Музей українського живопису» в місті Дніпро.

Предметом дослідження є ефективність арт-менеджменту та різноманітних івентів, що приносять не лише прибуток, а й гарну репутацію закладу культури. Метою та завданням дослідження є пошук універсальних механізмів ведення прибуткової діяльності українських музеїв в умовах кризи.

Наукова новизна роботи зосереджена у питаннях, що постали перед українськими музеями в умовах сучасності. Увага акцентується безпосередньо на використанні сучасних технологій у класичних формах роботи. Тези по темі «Успішної діяльності музею в умовах сучасності» являє собою самостійну наукову розробку, яка базується на дослідженнях авторських ідей у контексті впровадження ефективних івент-технологій, арт-менеджменту та соціокультурної діяльності.

Отже, Музей українського живопису як культурна інституція розпочинався з одного поверху приміщення площею близько двохсот метрів квадратних де були представлені живописні полотна класиків соцреалістів дніпропетровської школи живопису другої половини 20 століття.

На першу річницю свого існування музей відкрив повністю відремонтований та оснащений під виставкову діяльність другий поверх, де на відміну від першого з його постійною експозицією, планувалося проводити змінні тимчасові виставки сучасних дніпровських митців.

До другої річниці було повністю підготовлено третій поверх, що окрім експозиційних площ мав дві діючі обладнані всім необхідним майстерні друкованої графіки та гарячої художньої емалі. Окрім цього було відреставровано та відкрито «Музейний провулок», що тепер з'єднував музей з головною площею міста Дніпра.

Третя річниця ознаменувалася відкриттям музейного саду зі сценою та скульптурами, що були зроблені на першому скульптурному пленері організованому музеєм, а також майстерень художників та тераси на даху музею [1].

На четверту річницю відкрито другий корпус музею куди переїхала постійна експозиція і де знайшлося місце для музею Японської гравюри [2]. Нині весь перший поверх першого корпусу займає кафе-галерея Ван Гог, що була створена задля фінансової підтримки музею [3].

Перетворившись з невеличкого камерного музею присвяченого виключно творчості дніпровських майстрів живопису на найбільший потужний культурний центр Дніпра, постало питання як надалі ефективного його утримувати, адже збільшилися площі, а відповідно й оренда, штат працівників й витрати на заробітну платню… Вже маючи достатньо гарну репутацію та чудові відгуки в пресі музей почав пропонувати свої площі під різного роду івенти комерційного характеру. Виявилося, що для потужних компаній, що постійно підвищують кваліфікацію своїх співробітників, провести бізнес-тренінг в новому та ще й оздобленому картинами приміщенні набагато приємніше ніж в конференц залі якогось готелю. Підтримуючи українських дизайнерів, музей раз на місяць ставав майданчиком для виставки дійсно якісного сучасного продукту невеликих крафтових підприємств.

Налагодивши співпрацю з художниками почав просувати їх роботи на український та зарубіжний арт-ринок [4]. Побачивши потужну роботу майстерень, пішли перші замовлення від обласної та міської влади, крайнім з яких є оздоблення сакральними символами України архітектурного комплексу найбільшого прапора на найвищій щоглі серед міст нашої держави.

Музей постійно пропонує свої ідеї на розгляд грантових програм міської влади. Створює на своїй базі «Школу сучасного образотворчого мистецтва ім. Вадима Сідура» задля перетворення індустріального центру на більш яскравий, творчий, європейський мегаполіс.

Сучасне музеєзнавство визнано актуалізує питання: практичної діяльності музеїв та охорона пам'яток; музейної мережі; музейної політики та законодавства; системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів; профільні наукові, науково-методичні та навчальні центри; спеціалізованих періодичних видань; спеціальну наукову дисципліну «музеєзнавство» [7, 51].

На базі музею постійно проводяться лекції, кінопокази та майстер-класи з образотворчого мистецтва. Особливе місце займає спеціально розроблений музейний квест, де в ігровій формі дорослі й діти можуть весело провести час, а також ознайомитися ближче з можливостями музею.

Окремо також варто згадати концерти на сцені музейного саду та на даху музею, що дуже подобаються містянам і приваблюють молодь. Площі Музею українського живопису часто стають майданчиком для проведення різноманітних фестивалів, які або сам музей організовує з комерційною метою, або віддає в суборенду на кілька днів.

Та все таки головною діяльністю музею залишаються виставки, але не звичайні, якими в сучасному світі важко здивувати відвідувачів, а по-перше це мають бути відомі світові майстри з цікавим оформленням експозиції, інтерактивними екскурсіями, відео-гідами та додатками на гаджети через які, за допомогою спеціальних програм можна змусити персонажів картин оживати рухатися та говорити… [5]. Музеї як подібні «центри калькуляції» не просто слугують місцями акумуляції різних знань, а завдяки своїм науковим та експозиційним практикам створюють нові реальності, розширюють горизонти смислу як творців музейних і виставкових експозицій, так і їх відвідувачів, тих, хто знайомиться з ним [6, 356].

Література:

1. Парк скульптур. Дія перша. Народження. URL : http://museum.net.ua/afisha/park-skulptur-diya-persha-narodzhennya/ (дата звернення 28.09.2018).
2. Борис Філатов завітав на відкриття унікального музею японської гравюри в Дніпрі. URL: https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/item/12319/boris-filatov-zavitav-na-vidkrittja-unikalnogo-muzeju-japonskoi-gravjuri-v-dnipri (дата звернення: 30.09.2018).
3. Галерея-кафе «Ван Гог». URL: http://vangogh.dp.ua/ (дата звернення: 28.09.2018).
4. Галерея. Офіційний сайт Музею українського живопису. URL : http://museum.net.ua/kartiny/ (дата звернення : 29.09.2018).
5. Сальвадор власною персоною. URL : http://museum.net.ua/afisha/salvador-vlasnoyu-personoyu/ (дата звернення : 29.09.2018).
6. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.
7. Копієвська О. Р. Еволюція музейної справи України у світлі державної культурної політики // Питання культурології : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України ; КНУКіМ. К. : КНУКіМ, 2004. Вип. 19. С. 51–57.

Васильківський Анатолій, *студент магістратури НАКККіМ*

НАЦІОНАЛЬНИЙ КАМЕРНИЙ АНСАМБЛЬ «КИЇВСЬКІ СОЛІСТИ» ЯК СУБ'ЄКТ МІЖНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

В умовах сучасних глобалізаційних процесів більшість розвинених державформують власну культурну політику та гуманітарну взаємодію, спираючись на засади діалогу культур,обопільного духовного збагачення, толерантності та культури спілкування між представниками різних країн. Глобалізація передбачає процеси, у яких національні держави і їх суверенітет вплітаються в транснаціональне. Глобалізація є результатом безлічі діалогів [3, 400].

Міжнародні та європейські гуманітарні інституції (зокрема, Рада Європи, ЮНЕСКО, фахові асоціації тощо) спрямовують свою діяльність на організацію міжнародних науково-практичних, творчих, мистецьких проектів, які представляють багатогранність культур та є ключовою умовою існування сучасного суспільства. Це сприяє активізації крос-культурних комунікацій, процесу обміну інформацією, соціокультурним досвідом, а також актуалізує важливу проблему глобального світу – збереження культурних традицій, національного коріння, ідентичності, національну культуру вилому.

Вітчизняні науковці наголошують, що «в усі часи в багатьох країнах світу національна культура означала передусім світогляд і систему цінностей, тобто той духовний і моральний фундамент, на якому виростає будь-яка особистість, зі своєю унікальною індивідуальністю та, з іншого боку, зі своєю міцною національною ідентичністю. Саме

національна культура, у першу чергу, визначає унікальний образ будь-якої країни та її народу в багатоманітній мозаїці вселюдської цивілізації» [2, 70].

Ці важливі питання культурного розвитку та інтеграції вирішуються в процесі творчої діяльності, чільне місце в якій посідає концертно-гастрольна практика. Саме гастролі є найбільш популярною, масовою, видовищною та демократичною формою міжнародних мистецьких зв'язків.

Варто відмітити, що організація концертно-гастрольної діяльності в сучасних умовах можлива не лише під патронатом державних структур, а й на рівні суспільних, комерційних, громадських організацій, приватних осіб. Така варіативність у підходах до даного виду діяльності робить її більш динамічною, а культурне і мистецьке життя більш насиченим та цікавим.

Серед пріоритетних напрямів діяльності Національного камерного ансамблю «Київські солісти» (далі – НКА «Київські солісти»), що визначаються в установчих документах – всебічне сприяння інтеграції України у світовий культурний процес, розширення мистецьких зв'язків із зарубіжними країнами і міжнародними організаціями [4]. Прикметно, що реалізація зазначеної діяльності проводиться з успіхом в продовж всього існування музичного колективу з 1995 р.

До основних мистецьких заходів, що визначають діяльність ансамблю як авторитетного суб'єкта міжкультурного співробітництва, відносяться такі:

• участь у міжнародних музичних фестивальних форумах, престижних конкурсах та гала-концертах – оскільки, як зазначають науковці, фестивалі є унікальною репрезентаційною моделлю, що формує нову відповідальність за збереження та створення естетичних і гуманістичних цінностей української культури, в тому числі і на міжнародному рівні [1, 71]. Серед найпрестижніших: Рурський фестиваль класичної музики у Німеччині, 1999 р.; XXX Віденському Міжнародному фестивалі-конкурсі, Австрія, 2001 р.; Міжнародний музичний фестиваль сучасної музики у Кракові, 2004 р.; Міжнародний музичний фестиваль ім. ДавідаОйстраха в Естонії, 2007 р.; XII Міжнародного музичного фестивалю ім. Людвіга ван Бетховена у Польщі, 2008 р.;Міжнародний фестиваль симфонічної музики в Алжирі, 2010 р.; VI ГабалінськийМіжнародний музичний фестиваль в Азербайджані, 2014 р.; 34-й Міжнародний музичний фестиваль в Туреччині, 2017 р.,), культурно-мистецьких проектах (як от «Дні України» в Сінгапурі 2005 р., Румунії 2009 р. та Голандії 2011 р.; відкриття українського культурного центрууВідні, Австрія, 2006 р.), міжнародних та всесвітніх виставках («Експо-2005», Японія) тощо.

• спільні концертні виступи із зарубіжними музикантами-колегами (хоровими колективами, диригентами, солістами-виконавцями);

• проведення гастрольних турне по містах різних країн (Голандія, Польща, Естонія, Японія, Китай);

• концертні виступи на сцені авторитетних міжнародних інституцій та організацій (ЮНЕСКО 2005 р., сенаті Франції, 2005 р.; участь в інавгурації України в ОБСЄ уЛюксембурзькому палаці у Відні, 2013 р.; у Центрі «Конгрес ЛеРеджент» у м. Кранс-Монтана, Швейцарія, 2014 р.) та ін.;

• спільні музичні проекти (світові прем'єри музичних творів/спектаклів) з провідними оперними театрами, філармоніями, консерваторіями (світова прем'єра кантати Філіпа Емануеля Баха «Вдячний гімн дружби» з хором Берлінської співочої капели в залі «Коміше опер», Берлін, 2001 р.; світова прем'єра сценічної версії «Воєнного реквієму» Б. Бріттена, 2004 р.; виступ в концертному залі «Flagey, Бельгія, 2004 р.; концерти у «RadioKulturhaus» у Відні, Австрія, 2006 р.; у Варшавській філармонії, Польща, 2017 р.; концерт на сцені міланської консерваторії ім. Дж. Верді, Італія, 2018 р.);

• запис музичних творів на компакт-диски (Японія, 2001 р., 2003р.);

• забезпечення концертного супроводу та створення різноманітних музичних культурно-мистецьких програм та виконання їх в під час проведення офіційних заходів вищих посадових осіб держави та представників дипломатичного корпусу. Так, лише у 2018 р. ансамбль 12 разів прийняв участь у традиційних зустрічах Президента України з Главами дипломатичних представництв іноземних держав та міжнародних організацій, акредитованих в Україні.

Даний перелік основних гастрольних виступів НКА «Київські солісти» в період з 1999 по 2018 рр.характеризує його як активного суб'єкта міжкультурного співробітництва, свідчить про високу професійність музикантів, ефективність менеджменту ансамблю. Географія, якісні та кількісні показники зазначених гастрольних заходів переконливо ілюструють досягнення НКА «Київські

солісти» не лише в царині концертної виконавської практики, а й успішної презентації національної музичної культури на світовому рівні. Прикметно, що в межах зазначених міжнародних форумів та мистецько-культурних проектів відбувається процес активного налагодження міцних творчих мистецьких контактів, проходять зустрічі, обмін досвідом, тематичні обговорення, майстер-класи, презентації, врешті – спільний творчий процес, що є стимулом для зародження майбутніх культурно-мистецьких та музичних проектів.

Література:

1. Зеленська Л. М. Менеджмент мистецьких фестивальних проектів: інноваційні підходи // Креативні індустрії в сучасному культурному просторі : збірник матеріалів Міжнародної наук.-практ. конференції, Київ, 26 травня 2016 р. К. : НАКККіМ, 2016. С. 68–71.
2. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в контексті національного державотворення : монографія. К. : НАКККіМ, 2010. 272 с.
3. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
4. Національний ансамбль «Київські солісти». URL: http://www.kyivsoloists.com (дата звернення: 10.10.2018).

Вачевська Л., *студентка магістратури*
кафедри журналістики та міжнародних відносин
Київського університету культури

СУЧАСНИЙ СТАН ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ: ВИСВІТЛЕННЯ БОЙОВИХ ДІЙ ІЗ ЗОНИ АТО (ООС).

Військова журналістика і журналістика в зоні конфлікту пов’язана з різноманітними ризиками роботи, які відрізняються від діяльності журналіста у мирний час. В першу чергу, даний вид роботи пов'язаний із безпосередньою загрозою здоров’ю та життю кореспондента та знімальних груп журналістів в зоні проведення конфлікту [5].

Робота в зоні бойових дій – неоціненний досвід для журналіста. Якщо ще пару років тому можна було перерахувати на пальцях рук українських журналістів, які знають, що таке працювати в гарячих точках, то зараз, такий досвід отримали десятки, а то і сотні [2].

В країні, де проводиться антитерористична операція (ООС), суспільству необхідно знати, що відбувається на території проведення бойових дій. Однак, як виявилося на практиці, журналісти не готові висвітлювати події в зоні АТО (ООС). Спеціальні кореспонденти новинних телеканалів зіткнулися із перешкоджанням їх діяльності, а також позбавленням акредитації.

Потрапляючи на передову, перед журналістом постає нелегкий вибір, писати про все, що він знає, чи писати так, щоб не завдати шкоди. Водночас, ситуація, що склалась, вимагає і безкомпромісного ставлення медійників до дій влади.

Зараз різні мас-медіа не конкурують між собою у поданні інформації військового характеру. Кожен пише та висвітлює те, що вважає за потрібне. Такий контент, переважно, якісний і перевірений.

Висвітлення бойових дій – складне й неоднозначне завдання навіть для досвідченого репортера. Причина пересторог керівництва армії зрозуміла – через непрофесіоналізм та незнання журналісти можуть поставити під загрозу життя та безпеку українських солдат, показавши заборонений контент чи відеоряд. З іншого боку, якщо не давати можливості репортерам знімати ті чи інші сюжети, то це призведе до викривлення правдивої картини війни і не дасть змоги цивільним побачити як солдати обороняють територіальну цілісність нашої країни [1].

Ситуація в зоні АТО (ООС) постійно змінюється – від активних зіткнень до тиші. Відповідно до цього, змінюється ситуація і для журналістів, що висвітлюють події на сході країни [4].

На сьогоднішній час світова громадськість особливо активно слідкує за подіями, що відбуваються на сході України, а журналісти – це її медіатори. Медійникам доводиться працювати в дуже непростих умов. Викрадення і побиття журналістів трапляються чи не щодня.

В українських медіа практично не має збалансованих і правдивих розповідей про життя людей, які зараз перебувають на окупованих територіях. Життя мешканців прифронтових територій лишається недостатньо висвітленим [4].

Проблема етичності поведінки журналістів, як безпосередньо під час збору матеріалу у гарячих точках, так і під час висвітлення їх у підбірці новин, чи не найгостріше піднімалась у медійному суспільстві. Мова йде як про етичні засади роботи журналіста в умовах військових дій, що вимагає значної делікатності висвітлення, так і звична людська мораль. Надзвичайно рейтинговими стали телепрограми, присвячені пам'яті героям Небесної сотні та загиблим бійцям АТО (ООС). Така тенденція призводить до порушення етичних та моральних норм не зовсім здорова та етична. Адже підіймати рейтинги, спекулюючи на чужому горі, неправильно [3].

Зважаючи на виклики, що кидає сьогодення медійникам, останнім доводиться пристосовуватись до умов роботи під кулями та шквалом російської пропаганди. У такому середовищі найважливіше зберегти стандарти журналістської професії, поєднуючи їх з етичними нормами та повноцінним й різностороннім інформуванням суспільства [6].

Література:

1. Зйомки АТО: де межа забороненого і дозволеного? URL: http://mymedia.org.ua/articles/warjourn /zyomka_ato_de_mezha_zaboronenogo_dozvolenogo.html (дата звернення : 06.09.2018).
2. Ірина Чулівська. Межа між свободою слова та захистом інформації на війні. URL: http://j-sos.org.ua/mezha-mizh-svobodoyu-slova-ta-zahystom-in/ (дата звернення : 06.09.2018).
3. Куляс І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. URL: http://old.mediasapiens.ua/material/35866 (дата звернення : 16.09.2018).
4. Малими кроками. Як журналісти працюють на Сході України. URL : http : // j-sos.org.ua/malymy-krokamy-yak-pratsyuyut-zhurnalisty-na-chodi-ukrayiny/ (дата звернення : 02.09.2018).
5. Типологія ризиків в журналістиці конфліктів. URL : http://j-sos.org.ua/typologyya-ryskov-v-zhurnalystyke- konf/ (дата звернення : 09.09.2018).
6. Україна посіла 129 місце у Всесвітньому індексі свободи слова «Репортерів без кордонів». URL: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/world_journalists/ukraina_posila_129_mistse_u_vsesvitnomu_indeksi_svobodi_slova_reporteriv_bez_kordoniv/ (дата звернення : 02.10.2018).

Воронін Дмитро, *студент магістратури НАКККіМ*

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток туризму в Україні суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки. Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені [5].

Управління портфелем туристичного підприємства потребує зваженого підходу і дає найкращі результати завдяки ретельному аналізу потреб туристичного підприємства, а також прийнятних для включення в портфель інвестиційних інструментів. При формуванні портфеля туристичного підприємства слід зважати на такі умови: необхідний рівень поточного доходу, збереження й приріст капіталу, податкові аспекти, ризик тощо. Інвестуючи кошти, туристичне підприємство

розподіляє їх між різними видами цінних паперів, тобто формує свій портфель цінних паперів. Портфель цінних паперів являє собою цілеспрямовано сформовану сукупність об'єктів фінансового інвестування різних видів, призначених для здійснення інвестиційної діяльності в певному періоді згідно з розробленою інвестиційною стратегією туристичного підприємства. Тобто вкладення туристичного підприємства в цінні папери, які управляються ним як єдине ціле, розглядаються як портфель цінних паперів [1].

Дослідження проблем удосконалення портфельної теорії, формування і управління інвестиційним портфелем знайшло своє відображення в наукових працях вітчизняних вчених І.А. Бланка, В.С. Загорського, О.Д. Заруби, Т.С. Клебанової, Т.И. Лепейка, В.В. Міхальського, О.Н. Мозгового, С.В. Науменкової, Л.О. Примостки, Г.Ф. Смалюк, С.Т. Шклярука та ін. Численні теоретичні та практичні праці, присвячені дослідженню специфіки використання на вітчизняних ринках засобів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, ефективності виробництва та здійснюваних стратегій, залишають невирішеною ще значну кількість питань. Серед напрямів, що потребують дослідження, доцільно виділити шляхи покращення конкурентоспроможності підприємства, що суттєво впливає на розроблення стратегії і тактики діяльності підприємств на ринку. Ця категорія є об'єктом дослідження іноземних та вітчизняних науковців як у межах загальної стратегії (Т.О.Загорна, Ю.Б.Іванова, О.М.Тищенка, Г.В.Калягин, Д.І.Котельніков та інші), так і з позицій окремих стратегічних напрямів: стратегічного маркетингу (К.І.Антонюк, С.М.Задорожна, Н.В.Куденко), менеджменту (А.В.Войчак, Б.А.Соловйов), тощо. Безпосередньо розробленню шляхів покращення конкурентоспроможності підприємства присвячено роботи К.І.Антонюк, Д.Траута, О.В.Зозульова. У працях науковців досліджено проблеми, пов'язані з теорією та методологією шляхів покращення конкурентоспроможності підприємства: розглянуто види, рівні, чинники, етапи, стратегії, критерії та інші субкатегорії. Разом з тим чимало аспектів залишається не розкритими. Поглибленого аналізу, уточнення, узагальнення та вдосконалення потребують причинно-наслідкові зв'язки, існуюча теоретико-методологічна база, основні чинники, що впливають на досліджуваний процес, специфіка його реалізації на різних ринках. Стратегія управління портфелем цінних паперів – це пошук (вибір) узагальнювальних параметрів та обмежень інвестиційних рішень стосовно всієї інвестиційної політики (пріоритети, базові параметри). Основними складовими інвестиційного процесу за портфельного інвестування є: визначення інвестиційної стратегії, аналіз і вибір фінансових активів, формування й управління портфелем цінних паперів, оцінювання ефективності управління портфелем цінних паперів [2].

Мета створення і модель управління портфелем цінних паперів залежать від типу туристичного підприємства. Дехто прагне високих доходів у формі дивідендів і відсотків, інші – збільшення капіталу, решта – невисоких, але стабільних, гарантованих доходів з мінімальним ризиком. Такі цілі вважаються головними для більшості інвестиційних програм. Метою вкладання туристичним підприємством коштів у цінні папери може бути отримання доходу або інша специфічна ціль (доступ через цінні папери до дефіцитної продукції, майнових прав; створення холдингових структур; розширення сфери впливу та перерозподіл власності тощо). Використовується дві основні стратегії управління інвестиційним портфелем туристичного підприємств: активна та пасивна. Портфельні інвестиції туристичного підприємства – це цілеспрямовано сформована сукупність об'єктів фінансового та/або реального інвестування, призначена для реалізації попередньо розробленої стратегії, що визначає інвестиційну мету. Управління портфелем туристичного підприємства потребує зваженого підходу і дає найкращі результати завдяки ретельному аналізу потреб туристичного підприємства, а також прийнятних для включення в портфель інвестиційних інструментів. В основі портфеля зростання лежать фінансові інструменти, які забезпечують високі темпи збільшення капіталу. На сучасному етапі економічного розвитку інвестиційна активність підприємств та юридичних осіб, в тому числі і туристичних підприємств, передбачає вкладення надлишкових (тимчасово вільних) коштів не в один, а у велику кількість інвестиційних об'єктів, генеруючи тим самим певну диверсифіковану сукупність їх [3].

Конкурентоспроможність фірми нерозривно пов'язана з впровадженням змін, тобто з процесом реструктуризації. Але здійснення таких змін також має певні особливості. Одноразові, надзвичайні заходи можуть на короткий час підвищити конкурентоспроможність підприємства, але по-справжньому успішна реструктуризація є тривалим процесом. Прагнучи отримати високі доходи, туристичні підприємства формують мінливий (керований) портфель цінних паперів, яким вони

управляють відповідно до своїх інвестиційних намірів. Під управлінням портфелем цінних паперів слід розуміти мистецтво формувати й розпоряджатися набором різних цінних паперів так, щоб вони зберігали свою вартість і приносили відчутний дохід, незалежний від специфічного ризику [4].

Інвестиційна стратегія передбачає визначення головних цілей та обмежень діяльності, встановлення прогнозного горизонту, обмежень за складом і структурою портфеля, прогнозування інвестиційних якостей фінансових активів і перспектив найважливіших сегментів фінансового ринку. Бажаною метою управління портфелем зазвичай є дохідність і приріст капіталу. Це не означає, що туристичне підприємство прагне спрямувати кошти у цінні папери, емітентами яких є компанії, що зростають. Потрібно передбачувати можливість зростання ринкової ціни фінансових активів, залучати недооцінені ринком інструменти. Це слугуватиме передумовою збереження й зростання їхньої купівельної сили і зумовить гнучкість управління портфелем Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довкілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму. Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади [6].

Отже, процес управління спрямований на збереження найважливішої інвестиційної якості портфеля з урахуванням властивостей його складових у такий спосіб, щоб це відповідало інтересам його власника з точки зору раціонального співвідношення дохідності та ризику. Тому потрібне коригування структури портфеля шляхом моніторингу чинників, здатних спричинити небажані зміни у складових портфеля.

Література:

1. Борщ Л. Зовнішні і внутрішні джерела інвестицій у національній економіці //Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. 2002. № 3. С. 75–78.
2. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги. М. : ЮНИТИ, 2001. 310 с.
3. Димитров С. Экономика и организация туризма / пер. с болг. М.: Прогресс, 2006. 192 с.
4. Дудін Т. Економічна сутність інвестиційної діяльності в умовах розвитку ринкових відносин // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2004. № 4. С. 185–192.
5. Мельник В. А. Ринок цінних паперів : довідник керівника підприємства спец. вип. К. : А. Л. Д.: ВІРА-Р, 2008. 551 с.
6. Тьюлз Р. Дж. Фондовый рынок. М. : ИНФРА-М, 2000. 648 с.

Гайдамаченко Анастасія, *студентка магістратури НАКККіМ*

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ОСВІТНЬОЇ УСТАНОВИ

Готовність людини ефективно і якісно виконувати свої обов’язки є ключовим фактором успіху функціонування будь-якої організації, а, отже, в кінцевому результаті, необхідною умовою розвитку та процвітання суспільства. Але працівника не можна «запрограмувати» на бездоганне виконання певних завдань. Тому проблема мотивації особистості завжди була і буде актуальною.

Організаційна культура концентрує політику та ідеологію життєдіяльності організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характеристику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи організаційної культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом організації управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників у процесі оцінювання виробничих, господарських та соціальних ситуацій.

Організаційну культуру зараз вважають сильнішим мотиватором, регулятором і індикатором діяльності персоналу у організації. Завдяки їй, в організації виробляється спільна мова, правила поведінки, системи заохочування і покарання, забезпечується більш тісна комунікація між працівниками – основні посилання і теоретичні положення, від яких відштовхується конкретна людина.

Важливим є той факт, що і у споживача, і у працівника перше враження від підприємства торгівлі формується на основі організаційної культури підприємства. Організаційна культура проявляється перед новим співробітником у вигляді поведінки оточуючих, що підкоряються невідомим законам, що узгоджуються з невідомими цінностями. Якщо на підприємстві робота з адаптації нового персоналу добре налагоджена, то співробітника ознайомлюють з правилами та цінностями підприємства.

Персонал який працює на підприємстві тривалий час, як правило, не помічає проявів культури, а поведінка оточуючих йому здається звичною. Усвідомити власну організаційну культуру він може при порівнянні її з іншим підприємством торгівлі у ролі споживача або при появі нових співробітників на підприємстві де він працює. Організаційна культура надає неабиякий вплив на світогляд людини, часто корпоративні цінності перетворюються в цінності особистості і колективу або навпаки вступають з ним у конфлікт.

Іншим важливим аспектом дослідження є роль організаційної культури з точки зору менеджерів вищої ланки управління.

Відношення керівництва до організаційної культури може проявлятися двояко: якщо культура не суперечить цільовим установкам керівництва, то вони її не відчувають, не помічають, але відчувають себе комфортно. Однак, якщо базові установки існуючої культури не сприяють розвитку організації, якщо цілі працівників суперечать цілям керівництва, то культура стає серйозною перешкодою на шляху розвитку і може стати причиною краху організації.

Культура в будь-якому співтоваристві, у тому числі і на підприємствах торгівлі, є потужним регулятором діяльності людини. Культура задає цільовий орієнтир (суспільно схвалювані цілі), обмежує способи досягнення цілей (соціально прийнятні засоби, норми поведінки, прийняті у цьому співтоваристві), а також дає психологічну підтримку і схвалення з боку членів спільноти, якщо індивід діє в рамках правил.

Етапи формування умов організаційної культури:

1) визначення місії, цілей та стратегії організації (визначення критеріїв досягнення цілей організації та цілей формування організаційної культури);

2) формування цінностей, норм та правил бажаної поведінки;

3) визначення методів та засобів впровадження сформованих цінностей, норм, правил поведінки (формування системи внутрішніх комунікацій, створення легенд, символів, обрядів);

4) розроблення програми адаптації та навчання працівників підприємства з урахуванням елементів організаційної культури (структурна побудова);

5) реалізація програми впровадження організаційної культури та здійснення її моніторингу, щодо усунення недоліків та формування нових компетенцій.

Особливої актуальності в даному контексті набуває правова культура, яка складається в результаті взаємодії різних специфічних соціальних, вікових і психічних регуляторів. Науковці наголошують на її особистісних потребах і інтересах, соціальному стані, індивідуальних стереотипах правової діяльності, особливому світосприйманні, індивідуальних психофізіологічних параметрах [1, 133].

Провідну роль в організаційній культурі підприємств торгівлі відіграє зовнішнє середовище. Організаційна культура взаємопов’язана з споживачами, постачальниками, співтовариствами. Інформацію про цілі існування і принципи діяльності організації сприяють тому, що в очах оточуючих організаційна культура постає як стійкий імідж організації. Ця інформація може цілеспрямовано формуватися засобами реклами, службою зв'язки з громадськістю і представляється у вигляді зовнішніх, матеріальних аспектів життєдіяльності організації. До них можна віднести дизайн, форму одягу, логотип, фірмовий знак, марку.

Проте зовнішній імідж організації повинен відповідати внутрішньому, інакше всі, хто так чи інакше стикається з організацією, не тільки змінює свою думку про неї, але й формує ставлення як до надійного чи не надійного партнера. Внутрішній імідж організації є проявом організаційної культури. Цілеспрямоване формування внутрішнього іміджу організації неможливе без змін або розвитку організаційної культури. У цілому можна виділити кілька функцій, які відображають ту роль, яку організаційна культура відіграє в діяльності підприємства.

Цінності організаційної культури є цінностями більшості співробітників. Орієнтація на одні й ті ж цінності згуртовує членів групи. Дотримання норм, звичаїв, ритуалів, традицій прийнятих в організації, знання специфічної мови, історії організації, її особливостей змушує відчути працівника приналежність до даної організації, формує прихильність їй, інтегрує працівника в дане співтовариство.

Через засоби трансляції, що існують у даній культурі, новий співробітник отримує уявлення про цілі, цінності, засоби їх реалізації, прийнятних в даній організації, а також правила, норми поведінки, традиції, можливості розвитку, тим самим організаційна культура сприяє адаптації персоналу до нових для них умов трудової ситуації.

Організаційна культура може зруйнувати компанію або ж навпаки стати фундаментом її успіху: саме цінності організації, а не ділова практика, є двигуном бізнесу в сучасному світі.

Література:

7. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в контексті національного державотворення : монографія. К. : НАКККіМ, 2010. 272 с.
8. Кулініч І. О. Психологія управління : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 292 с.
9. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : учеб. пособ. М.осква: Дело, 1997. 704 с.
10. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. К. : Академвидав, 2007. 576 с.
11. Химич І., Погайдак О. Корпоративна культура – важливий елемент внутрішнього середовища підприємства. // Соціально-економічні проблеми і держава. 2010. Вип. 1 (3). С. 118–123.

Гапонюк Людмила, *студентка магістратури НАКККіМ*

МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ СФЕРИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ БАРСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Менеджмент культурно-мистецької сфери (від лат. management – управління) розглядають як процес планування організації, мотивації, контролю та координації, спрямований на досягнення певної мети у соціокультурній діяльності за допомогою професійно підготовлених до цього фахівців. Це цілеспрямована й упорядкована взаємодія між суб'єктом та об'єктом. Суб'єктами тут постають: держава в особі уповноважених органів виконавчої влади; територіальні громади в особі органів місцевого самоврядування; працівники культури; заклади культури, а також підприємства, установи й організації усіх форм власності – статутами (положеннями) яких передбачено провадження діяльності у сфері культури тощо, – наділених державно-владними повноваженнями [3, 85]

Об'єктом менеджменту є структурована цілісна культурно-мистецька сфера, яка функціонує під спрямовуючим впливом суб'єктів з метою досягнення загальних цілей системи управління: упровадження програмно-цільового методу управління, принципів прозорості, публічності, системності, ефективності, інноваційності. [5, 104].

Одним з основних чинників розвитку нації є високий рівень її культури. В контексті сучасних соціально-економічних реалій та перспектив інтеграції в європейський культурний простір Україна постала перед необхідністю системної модернізації культурної галузі.

Пріоритетним напрямком є збереження культурних цінностей, підтримка діяльності закладів культури на селі – важливих осередків пропаганди народного мистецтва, організація змістовного дозвілля, збереження нематеріальної культурної спадщини,розвиток і популяризація народної творчості, охорона культурної спадщини, в тому числі традиційна народна культура, створення умов для всебічного задоволення духовних потреб населення району.[2, 3]

Барський район по праву називають «ворітьми до Східного Поділля», а за багатство і квітучість садів «Яблуневою гілкою Поділля». З історією цього краю пов'язані імена Данила Нечая та Максима Кривоноса, братів Григоровичів-Барських та видатного математика, академіка Буняковського, історика М.Грушевського, українського письменника Михайла Коцюбинського та польського поета-демократа Юліуша Словацького.

І сьогодні нам є що показати, нам є чим пишатися. Адже Барський край завжди був щедрий на таланти і мав своє неповторне обличчя. Ще й сьогодні з літ минулих дивляться на нас прекрасні пам'ятки історії (132 шт.): це і фортеця, і монастир, і незвичне розташування костьолу св. Анни та Успенської церкви, що стоять поруч, це і панський маєток у с. Митки з чарівним парком, унікальними деревами і зворушливою легендою, це і Троїцький костьол у с. Маньківцях та багато інших цікавих споруд.

Це все – минуле Барського району, де можна знайти ще чимало цікавих пам'яток історії нашого краю [6]

Мережа закладів культури Барського району на сьогодні складає 94 установи: 54 клубних заклади, 44 бібліотеки та районний історичний музей; 5установ – Барська дитяча музична школа, КЗ «Барська районна бібліотека», Барська районна бібліотека для дітей, клуб та бібліотека села Антонівки в 2017році перейшли в підпорядкування Барської об'єднаної територіальної громади.

Творчий процес галузі культури забезпечують 130 працівників. (разом з ОТГ 196чол.), робота яких зосереджена на відродження та розвитку культурної та мистецької спадщини, вивільненні творчої ініціативи громадян, розвитку традиційної народної творчості, пожвавлення культурного життя району.

Поява нових форм використання вільного часу супроводжується зростанням інтересу молоді до нових форм культурної діяльності. Адже саме у взаємодії сучасного соціальної та культурної ситуації складається нова культурна реальність, динамічним ядром котрої постає національний елемент [7, с. 338]

Календарно-обрядові свята та масові гуляння набувають сучасного забарвлення, підкріплені національною самосвідомістю та патріотизмом.

Збагаченими палітрою творами майстрів українського народно – прикладного мистецтва та змістовно наповнені виконанням українських пісень, танців, фольклору проходять урочисті обжинкові заходи та вшанування трудівників садів і хліборобських нив.

Крім традиційних концертів та заходів до професійних та державних свят, конкурсів, семінарів, проводиться велика кількість різноманітних фестивалів: «Мистецька колиска Барської землі»; фестиваль Святого Миколая; «Сонячний Великдень»; І-й Міжнародний фестиваль Епл Бар; «Краса та сила Барської землі», який відбувся 28 квітня і приурочений 95-ій річниці створення району; приділяється нележна увага на підтримку родинного дозвілля.

Одним із базових критеріїв оцінки ефективності діяльності закладів культури є робота клубних формувань та майстрів образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва. В районі діє 332 клубних формувань та 11 колективів, які носять звання «народний», в т.ч. 3 з них в сільській місцевості.Вони стимулюють розвиток творчої індивідуальності, створюють умови для виявлення та задоволення свободи вибору дозвіллєвих потреб та інтересів громадян. Протягом минулого року аматорські колективи району брали участь у 27 міжнародних, всеукраїнських, обласних фестивалях, конкурсах і святах.

Заплановані заходи, їх програми, час і місце проведення анонсуються в друкованих засобах масової інформації, по місцевому радіомовленню, в соціальних мережах internet, працює голосова реклама.

Адже сучасна реклама є досить могутньою силою, це і мистецтво, і пропаганда (просування іміджу, і репутації) діяльності закладу, і інструмент впливу на людську свідомість в необхідності дотримання певної «big idea».[7, 339]

Також одним з напрямків діяльності галузі культури району є розвиток сільського зеленого туризму.

Зелений туризм (також відомий як екотуризм, сільський туризм) – порівняно новий вид туризму, який з кожним роком стає все більш популярним. Для України зазначений термін є новим, але не слід забувати, що традиція цього виду відпочинку в Україні доволі давня. Наприклад, ще на початку ХХ ст. у Карпати на лікування або відпочинок у горах у господарів приїжджали відомі діячі культури, науки, політики: І. Франко, Л. Українка, М. Грушевський, В. Гнатюк та інші. Суть

зеленого туризму полягає у відпочинку в приватних господарствах у сільській місцевості, яка приваблює своєю недоторканою природою, пам'ятками історії та природи. Сільський зелений туризм позитивно впливає на фізичне та моральне здоров'я людини, оскільки він включає у себе чинники, що надають оздоровчий, пізнавальний та естетичні ефекти. Екотуризм чудовий також тим, що тут немає тієї величезної кількості туристів, яку можна побачити на популярних курортах світу. [1, 658.8.013].

У районі активно діє Барський районний осередок спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. На базі Гаївського Будинку культури створенонавчальний інформаційний центр Барського районного осередку спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму, а також тренінговий центр з розвитку підприємництва на селі, де проводяться пленери, фестивалі-ярмарки, організовуються інформаційні семінари, майстер-класи народного мистецтва, огляди куточків народознавства «Збережемо родовід», на які запрошуються гості з різних регіонів України. У с.Гайове впродовж двох останніх років вже вдруге відбувся обласний фестиваль-ярмарок «Подільські смаки».

Для розширення можливостей у сфері надання послуг створено обласний осередок, який очолює барчанка Оксана Бас. За реалізацію проекту «Розширення економічних можливостей для жінок України і Молдови» від Міжнародного благодійного фонду «Український жіночий фонд» даний осередок одержав гранд в розмірі 15 тис 800 грн.

У районі, окрім культурно-розважального комплексу «Барселона» організовують відпочинкові програми для туристів з далекого і близького зарубіжжя господарі 6-ти садиб, які надають їм цікаві різноманітні послуги гостинності.

Спільно з Вінницьким обласним осередком спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні досліджено та визначено основні пріоритетні об’єкти нашого району щодо розвитку туризму. В м. Бар: залишки фортеці Бонни Сфорц, Кармелітський монастир, костел Св’ятої Анни, музей народного побуту при автошляховому технікумі, будинок колишнього реального училища, районний історичний музей. В с. Киянівка – цілюще джерело, с. Митки – палац адмірала Чихачова, в с. Кузьминці – церква Святого Апостола Іоанна Богослова, в с. Верхівка – палац та парк братів Михальських-Бібікових, від с. Лядова до с. Гармаки – велосипедний маршрут вздовж довготривалих вогневих споруд часів Великої Вітчизняної війни. Інформація та фотографії були зібрані та подані до каталогу «Відпочинок у селі на Вінниччині».

Для представлення туристичної привабливості рідного краю у республіці Польща видано двома мовами, (українською і польською), історико-краєзнавчий нарис «Бар – ключ до Східного Поділля».

Література:

1.Голда А. Наукові підходи до формування конкретного середовища. URL : http://elartu.tntu.edu.ua /bitstream/123456789/1125/1/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%B4%D0%B0%20%D0%90..pdf (дата звернення: 23.08.2018).

2.Про культуру: Закон України. Із змінами від 03.07.2018, №2481-VIII. URL : http://zakon.rada.gov.ua /laws/show/2778-17 (дата звернення: 12.08.2018).

3.Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. К. : НАКККіМ, 2014. 296 с.

4.Антонюк О. В Менеджмент культурно-мистецької сфери // Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. 2011. № 2. С. 104–110.

5.Паспорт соціально-економічного розвитку Барського району 2017. URL : http://www.barrda.gov.ua/ rada/barskiy-rayon (дата звернення: 12.08.2018).

6.Теорія та історія світової та вітчизняної культури / А. К. Бичко, Б. І. Бичко, Н. О. Бондар, С. В. Головко. К. : Либідь, 2014. 338 с.

7. Шпилик С. Маркетинговий процес як основа розробки конкретної стратегії. URL : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11ssvrks.pdf (дата звернення: 22.08.2018).

Гасюк Уляна, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту та індустрії дозвілля КНУКіМ

ІНТЕРКУЛЬТУРАЛІЗМ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку світової спільноти, що супроводжується процесами глобалізації, відбувається закономірне зміцнення зв'язків між країнами та народами світу, зокрема такий процес, як євроінтеграція. Держави, нації,етноси, які інтегровані в даний процес знаходять свій вияв у певному ступені стандартизації окремих культурних норм і принципів, які сприймаються і використовуються в спільному середовищі. Натомість, з іншого боку, у різних сферах суспільної життєдіяльності спостерігається посилення культурної диференціації та дезінтеграції, що вказує на прагнення до етнічного й релігійного відродження.

Декларація ЮНЕСКО про культурне різноманіття, щовбачає свій вияв у багатоманітності та унікальності властивій групам і спільнотам, з яких утворене людство, вказує на необхідність джерел обміну, новаторства та творчості, оскільки, вищезазначене,не меншважливе для існування людства, ніж біологічне різноманіття для існування світу живої природи [2].

В Європейському Союзі, згадані різноманіття,поряд із давніми суперечностями міжкультурної взаємодії,нині породжують й проблеми співіснування різних культур та їхніх носіїв. Це призводить до необхідності пошуку ефективних концепцій, які вирішили б наявні етнонаціональні суперечності та запобігти зародженню нових, виходячи з урахування інтересів як титульних націй, так і національних менших, що проживають у межах європейського простору.

Глобальна європейська стратегічна орієнтація внутрішньої та зовнішньої політики України визначає перспективи розвитку країни. Рівень останнього безпосередньо залежить від ролі та місця країни на світовій арені, при цьому необхідно забезпечити її цілісність,збереження ідентичності, визначення конкретних ідеологічних настанов, відтворення та розвиток культури.

Одним із основних аспектів євроінтеграції є мультикультуралізм, що характеризується співіснуванням націй та культур у межах спільного політичного простору. Науковці наголошують, що ті країни які являють сьогодні мультикультурне суспільство, мають різноманітні етнічні, релігійні та мовні проблеми, рішення яких залежить від реальної політики та законодавства, що здатні подолати негативні наслідки, викликані міграційними процесами [3, 12].

Ключова роль належить співіснуванню в одному політичному просторі кількох різних культурних, національно - етнічних, релігійних, мовних чи інших груп, які мають бажання та змогу відтворювати свою ідентичність. Як і попередні концепції, інтеркультуралізм виходить з ідеї культурного різноманіття світу й окремих держав, але, на відміну від мультикультуралізму, який сповідує терпимість до різноманітних дотичних культур, орієнтований не стільки на збереження культурних відмінностей, скільки на спробу знайти шляхи взаємодії цих спільнот як носіїв різних культурних геномів.

Інтеркультуралізм передбачає наявність спільних інтересів у громадян різних національностей, релігій, які проживають в межах союзу.[1] Очевидною перевагою інтеркультуралізму можна назвати прагнення підтримати політику мультикультуралізмута додати до цієї концепції важливе завдання інтеграції спільнот, де ідентифікацією та консолідацією людей мають стати спільність інтересів, що базуються на громадянській відповідальності, спільного внеску всіх спільнот і груп в розвиток союзу,у межах якого вони проживають.

При глобалізаційних та інтеграційних процесах діалог різних культур взаємозбагачуються, тому метоюінтеркультуралізму є взаємне пізнання світової спільноти, що, у свою чергу, сприяє створенню позитивного іміджу держави, налагодженню міждержавного та міжособистісного контакту.

Інтеркультуралізм передбачає розвиток культури різних народів, взаємообмін та взаємозбагачення художньо-мистецькими традиціями, що актуалізує зміцнення культурних зв'язків, формує єдині загальнолюдські цінностей, які впливають як на соціальне, економічне так і на культурне зростання, де культура є сукупністю практичних, матеріальних і духовних надбань, що є фундаментом євроінтеграції.

Інтеркультуралізм також передбачає взаємодію в одній з найважливіших частин культури – мистецтві, котре відображає дійсність у художніх образах і активно впливає на думки, волю, почуття людей, відіграє пізнавальну і виховну роль у суспільстві. Через мистецтвопізнаєтьсявласнанаціональна культура, а такожтіснішимистаєзв'язокміж культурами різнихкраїн і народів.

Музична культура, невід'ємна частина як мистецтва так і соціального життя народу.Це складна система, у яку входятьцінності, накопиченіетносом, котрівпливають на людину та соціокультурний простір, що, зокрема, виявляються через вокальну культуру. Доцільно стверджувати, що вокальна культура – це унікальний код, котрий містить в собі геном певної нації, забезпечує виховну й пізнавальну роль, покликанийвикликати інтерес, завдяки широкому спектру дії та поширення, впливає на моральність та сприяє крос-культурному діалогу.

Музично-вокальний діалог сформувався, як спрямована комунікативна система з вектором на інтеграцію, уже у новому тисячолітті. Активні дії відбуваються у кількох напрямках – освітньому, виконавському, концертно-фестивальному, творчому, музикознавчому, масової комунікації, що стало своєрідним виходом на європейський рівень соціокультурних та гуманітарних відносин. Удосконалюючи різні напрями сучасного мистецтва, ми здобуваємо перемоги на міжнародних конкурсах, що, в свою чергу, впливає на загальну оцінку іміджу української держави, визнання її на всіх рівнях.

Вокальне мистецтво є феноменом української культури, направленим на збереження автохтонного культурного коду, створення перспектив розвитку, сприяє об'єднанню сучасного культурного дискурсу, модерністської й постмодерністської культурної мови, сакрального виміру традиційної культури, що, беззаперечно, не допускає розчинення в мультикультуризмі Європейського Союзу, а сприяє інтеркультуралізму.

Отже, в сучасному постіндустріальному світі, вектором якого є інтеграційні процеси, значення й роль національних культур змінилися. Унікальним способом інтеркультуралізму в процесі євроінтеграції є вокальне мистецтво, як інструмент зміцнення європейської ідентичності, консолідації народів, посилення взаєморозуміння націй на високому духовному рівні, методичним підходом звернення до уваги реципієнта.

Інтеркультуралізм, для України,дає можливість не лише влитися в європейську спільноту, а й врятувати свій культурний суверенітет, в той час як глобалізація нівелює границі держав, відкрити та підкреслити власну унікальність, тим самим утвердити позиції у першому ранзі країн, що дасть можливість стати впливовим партнером та покращити загальнодержавне становище, а не перетворитись в сукупністьтериторій, що є периферією єдиного центру.

Література:

1. Бобицький Н. Україна – ЄС: на шляху до нової угоди // Дзеркало тижня. 2006. 14 січня.
2. Гетьманчук О. Євроінтеграція уповільненої дії // Дзеркало тижня. 2006. 28 жовтня.
3. Ляшев О. Український фасад у Європі. Аспекти мислення та світосприйняття // Дзеркало тижня. 2006. 2 грудня.
4. Сушко О. Європейська «абсорбція» і українські перспективи // Дзеркало тижня. 2006. 24 червня.
5. Загальна декларація ЮНЕСКО про культурний розвиток. Прийнята на 31-й сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО2 листопада 2001 р.URL : http://www.un.org/ru/documents/declconv/declarations/pdf/decl_ diversity.pdf. (дата звернення: 12.09.2018).
6. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

***Геращенко Михайло**, студент магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРНА МЕДІАЦІЯ В КРОС-КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ І ФОРМИ

Звернення до цінностей, накопичених і збережених людством у світовій культурі, передбачає залучення особистості в культурно-історичний простір як суб'єкта культури. Під суб’єктами науковці розуміють зацікавлених осіб, що ініціює трансформацію суспільства, зміст їх дій, а також взаємозв'язок цих цілеспрямованих дій з масовими процесами, що викликають зрушення в інституційних структурах суспільства [2, 46].

Особлива роль в цьому належить культурній медіації, яка виводить людину за межі соціуму та цивілізації в світ культури. У зв'язку з цим для науки становлять інтерес соціокультурні функції культурної медіації, її форми і методи.

Культурна медіація широко поширена в міжнародній практиці, але в Україні дана форма роботи мало відома. У XX столітті поняття «медіація» визначається як посередництво третьої особи для

спрощення передачі інформації, з'ясування або відновлення відносин. Посередництво є нейтральним, незалежним і неупередженим. Використання терміну «медіація» не завжди звернено до культури. Функції медіатора були пов'язані з врегулюванням конфліктів з нейтральної позиції. Наприклад, з юридичної точки зору, «медіація» – це спосіб досудового вирішення конфлікту, медіатор в даному випадку є третьою нейтральною стороною. Ця професія зародилася ще в Стародавній Греції [4, 3].

Термін «культурна медіація» був вперше використаний у Квебеку в 2000 р для обґрунтування стратегії культурної діяльності, спрямованої на ситуацію обміну та ознайомлення між громадянами і культурними об'єктами. Основною метою культурної медіації є культурна демократизація суспільства, його залучення в діалог з культурою [4, 16].

На думку Поля Рассе, фахівця з культурної медіації, термін «медіація» складно визначити, як і багато інших понять: з одного боку, занадто загальний теоретичний підхід, з іншого боку, описання і розрахунки надмірно прагматичні і є новаторськими [6, 38]. У французькій практиці до впровадження медіації використовувалися такі поняття, як організація культурного дозвілля (l'animation culturelle), культурно-просвітницька робота (l'action culturelle), культурний розвиток (le développement culturel). Функції медіатора в даному випадку полягають у посередництві між твором мистецтва і аудиторією.

Термін «медіація» активно використовується в Європі в контексті галерей, музеїв і сучасного мистецтва і є прикладом галерейного або музейного освіти для широкого загалу. Медіатор – це людина, що не дає власної оцінки творам мистецтва, але бере участь в процесі її формування у глядача. Роль медіатора – сприяти діалогу та обміну знаннями.

Існують й інші дефініції:

– Cultural Mediation. У Квебеку, крім свого основного призначення, культурна медіація допомагає іммігрантам адаптуватися до культури Канади. У Франції синонім даного терміну – міжкультурна медіація;

– Cultural Development, Outreach (культурний розвиток, пропаганда). Дане поняття використовується у значенні культурної медіації в англо-саксонських країнах, таких як Великобританія, Австралія, Канада;

– Education, Interpretation (освіта, інтерпретація). Американські музеї розрізняють освітню діяльність, яка представлена у вигляді передачі певних знань, та інтерпретацію, що представляє собою сукупність методів, спрямованих на взаємодію аудиторії і сприйняття культурної спадщини [4, 16-18];

– Inclusion, Social Inclusion, Access (соціальне включення, доступ). Питання про доступ до культури і культурної спадщини особливо актуальний для людей з обмеженими можливостями. Соціальне включення – це термін, який перекликається з соціальною інтеграцією та грає важливу роль у сучасному суспільстві. Тобто, культура повинна забезпечити соціальне включення та інтеграцію різних представників суспільства, таких як мігранти, бездомні, ув'язнені, хворі, літні люди та ін. в єдиний культурний простір [1, 40]. Ключову роль в даному випадку відіграють музеї, які повинні закликати до впровадження нових форм і новаторських рішень, до бажання вчитися і пізнавати нове, до боротьби з правопорушеннями і делінквентною поведінкою;

– Cultural Promotion (культурне просування). Паралельно терміну «культурний розвиток» існує його еквівалент «культурне просування». В даному випадку акцент робиться на об'єднання рекламної діяльності та комунікації в сфері культури.

Олів'є Рішар і Сара Барет відзначають, що поняття медіація настільки складне і всеосяжне, що вимагає вживання неологізмів: наставник, організатор, гід, агент, демонстратор, перекладач, інтерпретатор, «взаємодіяч», помічник, реєстратор, медіатор, аніматор, регулятор, інформатор, «медіактор», «людина-феномен» [7, 5-12].

Професія медіатора вимагає серйозної освіти та вміння працювати з музеями, сучасним мистецтвом, бібліотеками, архівами, культурною спадщиною і кіно.

Орелі Пейрен, досліджуючи культурну медіацію в галузі музейної справи, визначає професію медіатора як працівника, що супроводжує аудиторію: екскурсовод (гід), гід-перекладач, організатор культурної взаємодії з мистецтвом та історією, спадщиною міст і країн [5, 40].

Проект культурної медіації спрямований на зміну умов персонального, колективного і соціального життя людей, культурний розвиток, поліпшення соціальних відносин і умов спільного проживання. Культурна медіація – це незалежний посередник між культурою і людьми, метою якого є адаптація культури і супровід різної аудиторії, тому що культура повинна бути зрозуміла і доступна всім [3, 71].

За формами медіація поділяється на: пряму медіацію, тобто організацію роботи безпосередньо з аудиторією, і непряму медіацію, в основі якої лежить робота зі слухачами за допомогою не прямого, а опосередкованого контакту.

Пряма медіація (médiation directe). Реалізація будь-якого культурного проекту завжди пов'язана з певною силою переконання, акторським талантом медіатора, а також бажанням побудувати культурні відносини з групою людей. Екскурсія в супроводі екскурсовода, культурно-просвітницька робота з групою – вся ця діяльність ґрунтується на мовному контакті. Таким чином, медіатор повинен володіти талантом оратора, тобто вміти спілкуватися, аргументувати і переконувати.

Процес мовної взаємодії зі слухачами завжди зобов'язує медіатора будувати діалог. Це може бути монолог, що переривається діалогом, дебатами, міркуваннями та ін. Найбільш ефективним буде вважатися та форма мовленнєвої взаємодії, яка буде відповідати очікуванням публіки:

• Екскурсія-монолог медіатора. Частіше він складається з фактів, більш-менш цікавих слухачеві, і постійної схеми візиту. Основне завдання такої екскурсії – передати інформацію з пункту А (медіатор) в пункт Б (аудиторія). Такий тип взаємодії з публікою популярний серед представників старшого або літнього покоління.

• Екскурсія-діалог з медіатором. Основне завдання даного типу взаємодії полягає в створенні ситуації обміну культурним досвідом і побудові діалогу з аудиторією. Медіатор слухає публіку й будує з нею діалог, закликає її до формулювання питань і обміну інформацією та досвідом.

• Екскурсія-лжедіалог з медіатором. Даний тип екскурсії відрізняється від попередньої тим, що всі питання і діалог медіатор планує заздалегідь, тим самим елемент спонтанності зводиться до мінімуму, а екскурсія стає більш структурованою і схожою на монолог з елементами діалогу. Вона застосовується в разі роботи з аудиторією, якій важко відразу вступити в діалог.

• Екскурсія в формі обміну культурним досвідом. Обмін культурним досвідом і взаємодія публіки будується повністю за допомогою діалогу, таким чином зводячи «інформаційний багаж» до мінімуму. Даний тип взаємодії з публікою реалізується в музеях сучасного мистецтва [3, 71].

Однією з важливих характеристик культурної медіації є відкритість іншим формам, що дозволяє брати участь у різних експериментах, розвивати особистість і розкривати її творчий потенціал. Необхідність в самовираженні може вийти за межі діалогу і реалізуватися в інших аспектах креативності.

При безпосередньому контакті з людьми медіатор використовує такі підходи:

1) інформативний, який складається в аргументованому поданні інформації певній аудиторії;

2) науковий, тобто нейтральний, що дозволяє аналізувати, описувати, припускати, вимірювати, порівнювати, експериментувати тощо;

3) чуттєвий, який дозволяє учаснику медіації відчути, пережити, спробувати щось;

4) кінестетичний, мобілізуючий тіло і рухи у просторі;

5) ігровий, що дозволяє будувати процес навчання під час гри;

6) емоційний, що змушує учасника відчути інформацію, поставити себе на місце іншого;

7) розвиваючий уяву;

8) художній, який знайомить з різними формами вираження;

9) активний, діяльнісний.

Непряма медіація (médiation indirecte). Успішність роботи медіатора залежить від його вміння спілкуватися зі слухачами, проте, важливим аспектом також є вивчення потенційної аудиторії. Такі знання він може отримати під час безпосереднього спілкування з групою та за допомогою збору, вивчення і аналізу даних про неї.

Існує безліч способів збору інформації: документальне дослідження, збір даних, календар дослідження, опитувальники, відновлення і обробка даних [3, 72]. Більш того, медіатор може використовувати й інші способи отримання інформації, а саме: ігри-квести, читання тексту виставки, спостереження за відвідувачами музею.

Вивчення аудиторії, що належить до певної культури, це частина роботи медіатора. Ця сфера наукового дослідження, яка носить назву «visitor study» або вивчення відвідувача, природним чином пов'язана з великою кількістю досліджень відвідувачів музеїв, виставок, об'єктів культурної спадщини [4, 201].

Не менш важливою частиною роботи медіатора є планування. Традиційно процес планування складається з п'яти основних пунктів:

1) визначення цілей і завдань;

2) дослідження зовнішнього і внутрішнього контексту;

3) план дій, фінансування;

4) втілення дій в життя;

5) оцінка діяльності.

Однією з найбільш поширених форм непрямої взаємодії медіатора з аудиторією є «культурний проект». Проект в даному контексті пов'язаний з поданням, включаючи строки та витрати, і визначається як «унікальний процес, що складається з безліч дій, координованих і керованих від початку і до кінця установою з метою домогтися поставлених завдань, що відповідають очікуванням аудиторії» [3, 72]. Проект відрізняється оригінальним характером, неповторністю: полягає в розробці та виробництві нового культурного продукту.

Отже, культурна медіація – це діяльність, спрямована на культурну демократизацію суспільства, неупереджене посередництво, яке виконує виховну, освітню, трансцендентну, культурно-просвітницьку та естетичну функції. Медіатор – це фахівець в області культури, психології та історії, нейтральний посередник, який здатний створювати умови для знайомства та спілкування людини з культурою. При цьому медіатор надає різні види послуг: культурний сервіс і культурно-просвітницьку роботу, сервіс культурного розвитку, а його взаємодія з аудиторією може бути безпосередньою і опосередкованою, прямою і непрямою. Пряма медіація реалізується за рахунок безпосередньої взаємодії з аудиторією у вигляді екскурсії-монологу, екскурсії-діалогу, екскурсії-лжедіалогу, екскурсії в формі обміну культурним досвідом, в той час як непряма медіація реалізується за допомогою анкетування, планування, підготовки і впровадження культурного проекту.

Література:

1. Гордиенко Н. Е., Синицына А. О. Médiation Culturelle. Differents Accès vers la Définition. Язык: категории, функции, речевое действие // Материалы межд. научной конф. 16–17 апреля 2015 г. Ч. I. М. ; Коломна : МПГУ, 2015. С. 40-44.

2. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. К. : НАКККіМ, 2014. 296 с.

3. Синицына А. О. Культурная медиация и ее формы в педагогической науке и практике во Франции // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2017. Т. 11. № 1. С. 67-76.

4. Chaumier Serge, Mairesse François. La Médiation Culturelle. Paris: Éditions d'Armand Colin, 2013. 275 p.

5. Peyrin Aurélie. Etre médateur au musée. Sociologie d'un métier en trompe-l'oeil. Paris: La Documentation française. 2010.

6. Rasse Paul. La Médiation, entre idéal théorique et application pratique // Recherche en communication. 2000. № 13.

7. Richard Olivier, Barrett Sarah. Les Médiateurs scientifiques en Europe: une diversité de pratique, une communauté de besoin // La Lettre de l'OCIM. mai-juin 2011. № 135. pp. 5-12.

Глазунов Борис, *студент магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРА ВШАНУВАННЯ ПАМ'ЯТІ ЖЕРТВ БАБИНОГО ЯРУ

Під час німецької окупації Києва у 1941-1943 роках Бабин Яр став місцем масових розстрілів німецькими окупантами мирного населення і радянських військовополонених; євреїв та циган – за етнічною ознакою, а також партійних та радянських активістів, підпільників, членів Організації Українських Націоналістів, заручників, «саботажників», порушників комендантської години та інших.

Протягом перших років по війні історію вбивств у Бабиному Яру, як і Голокост, вилучали з усіх сфер радянської дійсності. Приміром, навіть видання книжок на ці теми було ускладненим. Йдеться про збірник «Чорна книга», який підготували в 1944-1946 рр. Ілля Еренбург та Василь Гроссман. Варто додати, що над збірником спогадів і документів працювали не лише Еренбург і Гроссман, а й безліч інших письменників та діячів як єврейського, так і неєврейського походження: В. Лідін, М. Алігер, В. Іванов, Р. Фраєрман та інші [1].

Він мав складатися зі свідчень та матеріалів про вбивства єврейського населення під час окупації, які упорядники зібрали протягом самої війни та одразу після її закінчення. Найцікавішим є те, що збірник був надрукований, але у 1948 р. наклад було знищено [2].

Ситуація зі ставленням до Голокосту почала змінюватися лише в першій половині1960-х років. У 1965 р. до святкування 20-річчя Перемоги було проведено збір інформації про загиблих під час війни, у 1966 і 1967 рр. відбулися перші вшанування жертв у Бабиному Яру – у зв'язку з 25-ю річницею від початку розстрілів у 1941 р. Влаштування роковин не було передбачене радянською владою. Активісти, мешканці міста та родичі жертв самі прийшли до Бабиного Яру. Влада

відреагувала проведенням альтернативних мітингів, санкціонованих згори, проте саме цей момент стає переломним у започаткуванні практик вшанування жертв Бабиного Яру.

Про стихійний мітинг 29 вересня 1966 р. згадується в доповідній записці старшого слідчого КДБ УРСР «Про випадок самовільного зібрання в Бабиному Яру»: «…сюди самовільно зібралися жителі Києва, переважно єврейської національності. Перед присутніми різні особи проголошували промови, в яких, разом із закликами вшанувати пам'ять загиблих, висловлювалось незадоволення, що досі на цьому місці немає пам'ятника, що у державі нібито євреї перебувають у нерівних умовах стосовно інших національностей, посилаючись на відсутність єврейських шкіл, театрів, друкарень і т.д.» [3].

Того дня відбулося не лише зібрання громадян, а й виступи інтелігенції. Зокрема, брали слово Віктор Некрасов, Борис Антоненко-Давидович, Іван Дзюба, архітектор Білоцерківський.

Це підштовхнуло владу до дії. 19 жовтня 1966 р. було прийнято спільне рішення Київського міськкому КПУ та міськвиконкому «Про встановлення пам'ятних закладних каменів на території Бабиного Яру і в сквері на Привокзальній площі в Дарниці» [4].

Незабаром між вулицями Дорогожицької та Мельникова з'явився камінь з написом: «Тут буде споруджено пам'ятник радянським людям – жертвам злочинів фашизму під час тимчасової окупації р. Києва в1941–1943 роках».

5 липня 1965 Рада Міністрів УРСР прийняла постанову № 658 «*Про проведення закритого конкурсу на створення проектів пам'ятника-монумента на честь радянських громадян і військовополонених солдатів і офіцерів Радянської Армії, які загинули від рук німецько-фашистських окупантів під час окупації м Києва».*

Згідно з даною постановою в 1965-66 рр. було проведено два тури конкурсу. На перший було представлено 20 проектів і на другий – 12. Серед них були цікаві ідеї та імена архітекторів І. Каракіса, Б. Лекаря, А. Мілецького, скульпторів В. Бородая, В. Швецова, В. Селібера, художників А. Рибачук і В. Мельниченко. Ідею майбутнього пам'ятника відстоювали Василь Стус, Сергій Параджанов, письменник Віктор Некрасов. Вони наполягали на тому, щоб зберегти Бабин Яр таким, яким він є – місцем трагедії.

Невдовзі між вулицями Дорогожицькою і Мельникова з'явився камінь з написом: "Тут буде споруджено пам'ятник радянським людям – жертвам злочинів фашистів у період тимчасової окупації м Києва у 1941-1943 рр."

Потім з'явився інший напис: «У Шевченківському районі Києва буде споруджено монумент радянських громадян і військовослужбовців, солдатів і офіцерів Радянської Армії, загиблих від рук фашистських загарбників під час окупації Києва».

В інтерв'ю «Бабин Яр: Трагедія про трагедію» скульптор Анатолій Ігнащенко зокрема сказав: *«Після війни – творча група головного архітектора Києва Олександра Власова розробила проект пам'ятника жертвам Бабиного Яру. Проект не був реалізований... Згідно тоді пануючої у нас ідеології всі жертви Бабиного Яру не заслуговували народної пам'яті: українці – націоналісти, військовополонені – підлі боягузи і зрадники. З приводу євреїв існувала думка: що це за нація, якщо не чинячи опір фашистам, за першим покликом окупантів прийшла у Бабин Яр на розстріл... Про тисячі військовополонених замовчували – хіба могли солдати, офіцери, генерали доблесної радянської армії тисячами здаватися в полон?!»* [5].

Перший пам'ятник з'явився у Бабиному Яру тільки в 1976 році. Офіційна назва – «Пам'ятник радянським громадянам та військовополоненим солдатам і офіцерам Радянської армії, розстріляним німецькими нацистами у Бабиному яру». Відкритий 2-го липня 1976 року. Скульптори – М. Лисенко, О. Вітрик, В. Сухенко, архітектори – А. Ігнащенко, Л. Іванченко, В. Іванченков [6].

Ми звикли до думки, що Бабин Яр у Києві – це місце трагедії єврейського народу, і мало хто пам'ятає про те, що він був свідком останніх хвилин життя більше ніж тисячі українських патріотів. Серед тих, кого розстріляли в Бабиному Яру нацисти, хто загинув з молитвою про Україну на вустах, – Олена Теліга, яку нині називають найвизначнішою жіночою постаттю в українській літературі ХХ століття. Німецькі окупанти знищили велику українську поетесу фізично, більшовики – нібито духовно, на п'ятдесят років сховавши в спецхранах вільне слово Теліги. Нині вулицю, яка стала її останнім шляхом, вулицю, що пролягає повз зловісний Бабин Яр, названо її іменем.

За офіційними даними, опублікованими інформаційним відділом ОУН в квітні 1946 р., під час німецької окупації України протягом 1941-1944 рр. Організація Українських Націоналістів втратила 4456 членів, в тому числі 197 членів вищого керівного складу, 6 краєвих провідників та 5 членів

Проводу ОУН. З усіх українських земель, де діяли структури ОУН, найбільших жертв ОУН зазнала в окупованому Києві, в якому загинув 621 український патріот [7].

На виконання Указу Президента України П. Порошенка, Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів у зв'язку з 75-ми роковинами трагедії Бабиного Яру» та ряду Протокольних рішень Оргкомітету було здійснено упорядкування частини території Національного історико-меморіального заповідника „Бабин Яр", а саме: демонтаж покриття трьох старих паркових Алей та їх покриття ФЕМами і гранітною шашкою, виділення місць розстрілів і встановлення пам'ятних каменів, налагодження системи освітлення та поливу зелених насаджень на території Заповідника, встановлення інформаційно-роз'яснювальних щитів, здійснено озеленення реставрованих Алей, встановлено відеоспостереження. Виконано початкову стадію робіт по створенню Алеї Праведників та пам'ятника Праведникам на території Національного історико-меморіального заповідника «Бабин Яр».

Проведено реставрацію «Пам'ятника радянським громадянам та військовополоненим солдатам і офіцерам Радянської армії, розстріляним німецькими фашистами у Бабиному Яру» та пам'ятного знаку «Менора», розпочато роботи по реконструкції і пристосування будівлі по вул. Мельникова 44 для створення Меморіального музею пам'яті жертв Бабиного Яру.

Вивчення злочинів тоталітарних режимів зачіпає проблему повернення минулого в Україну, в навантажену трагізмом українську історію XX ст., правдивого минулого, забороненого минулого. Наскільки можливо сьогодні в Україні побудувати правдиву чи об'єктивну модель історичної пам'яті про минувшину, зокрема про XX століття, Голодомор, політичні репресії, про Другу світову війну, таку модель де було б місце не тільки етнічним українцям, але й українським полякам, євреям, росіянам, ромам, кримським татарам тощо, а також про визнання Україною, суспільством, державою, особисто кожним власної історії та культури як багатоманітної, поліетнічної – з усіма можливими позитивами та негативами міжнаціональних та міжкультурних взаємин. У цьому випадку ми потребуємо культуру вшанування пам'яті жертв. Одна з форм такого вшанування – це місця пам'яті, освіта на місцях пам'яті.

Література:

1. Черная книга. О злодейском повсеместном убийстве евреев немецко-фа- шистскими захватчиками во временно-оккупированных районах Советского Союза и в лагерях уничтожения Польши во время войны 1941-1945 гг. / под ред.В. Гроссмана, И. Эренбурга. Иерусалим : Тарбут, 2002. С. 18.
2. Там же С. 9.
3. Колесник О. Бабин Яр як місце памяті: огляд комеморативних практик і пам'ятних знаків // Acta studiosa historica. 2014. Ч. 4. С. 148.
4. Платонов П. Бабий Яр: Трагедия о трагедии. URL : http://gazeta.zn.ua/SOCIETY/babiy_yar_tragediya_o_tragedii.html (дата звернення: 12. 03. 2018).
5. Киев. Энциклопедический справочник / под ред. А.В. Кудрицкого. К., 1982. С. 513–514.
6. Інформаційний відділ ОУН. Втрати Організації Українських Націоналістів за панування німецького імперіалізму в Україні в роках 1941-1944. Б. м. 1946. С. 3.

***Гордієнко Олена**, студентка магістратури НАКККІМ*

ОСОБЛИВОСТІ ГРОМАДСЬКИХ МУЗЕЇВ ЩОДО ПОНЯТТЯ ЗВАННЯ «НАРОДНИЙ» У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ВІННИЧЧИНИ

Однією з гострих проблем в умовах сучасного суспільства, що характеризується глобалізацією, інформатизацією та піддається величезній кількості впливів інокультур, постає питання збереження національної ідентичності, культурної пам'яті, історії як основи національної і державної єдності. Музеї України, а особливо маленькі районні та сільські заклади як осередки культурно-освітньої та наукової діяльності відіграють важливу роль у збереженні, примноженні, інтерпретації та популяризації матеріальної і нематеріальної культурної спадщини українського народу. В них зберігаються автентичні цінності, що є національним багатством. Музеями здійснюється велика робота з проведення культурних заходів, історико-мистецьких проектів, виставок, фестивалів, конференцій, соціокультурних та мистецьких акцій, тематичних екскурсій, лекцій, зустрічей тощо.

Окрему категорію музейних закладів складають маленькі локальні музеї, що працюють на громадських засадах. Найкращим з них присвоюється почесне звання «народний музей».

У 1965 р. Міністерством культури СРСР було затверджено перше «Типове положення про народний музей» як культурно-просвітницьку установу, створену з ініціативи й за особистої участі трудящих цілком на громадських засадах. Музеї, які до цього іменувалися «місцеві, недержавні, самодіяльні», одержали назву «народних». Цей нормативний документ став важливою віхою у розвитку музейного руху на території колишнього радянського союзу [4, 106]. Як музейний термін поняття «громадський музей» було введено до наукового обігу «Типовим положенням про музей, що працює на громадських засадах» у 1978 р. Обов'язковими умовами для створення такого музею були наявність зібраних і зареєстрованих музейних колекцій; активу, здатного вести музейну роботу; приміщення і устаткування, що відповідають музейним вимогам. Цим документом був установлений чіткий порядок присвоєння почесного звання «народний музей» [4, 107].

Політико-економічна ситуація, що склалася у 1990-ті рр. обумовила кризу й складний процес модифікації музейної сфери. Тоді ж у 1990 р. Міністерством культури УРСР було прийнято «Типове положення про музей, що працює на громадських засадах в УРСР» [4, 108].

Сьогодні в умовах становлення незалежної української держави перед громадськими музеями постали складні завдання модернізації й інтеграції в сучасний український культурний простір, а старі, що ставились в радянський період, утратили свою актуальність. Низка невирішених проблем не тільки заважають закладам повноцінно функціонувати, а й значно гальмують їх розвиток. До таких гострих питань належать: збереження, комплектування, реставрація пам'яток Музейного фонду, подекуди відсутність належного опалення та системи охорони музейних закладів, аварійний стан приміщень тощо. До того ж, більшість музеїв безнадійно застарілі і потребують реекспозицій із застосуванням сучасних технологій. Їх вирішення вимагає нових підходів, розуміння і бачення стратегічно важливих для галузі напрямів діяльності, зокрема, збереження музейних колекцій, створення відповідних умов праці, укомплектування штату, пошук інноваційних методів роботи. Усе це є наслідком недостатнього фінансування та низької професійної підготовки музейних кадрів.

Ще одним проблемним питанням залишається недосконала законодавча та нормативно-правова база, що регулює діяльність музейних закладів України, де термін «громадський музей» і поняття «присвоєння звання «народний» не використовуються взагалі. У ст. 7 Закону України «Про музеї та музейну справу» говориться, що «музеї є юридичними особами, крім тих, що створюються і діють у складі підприємств, установ, організацій та навчальних закладів» [1]. Поруч із цим законом продовжує діяти вищезгадане «Типове положення про музей, що працює на громадських засадах в УРСР», прийняте у 1990 р. Такий юридичний нонсенс є значною перепоною для повноцінної діяльності цієї категорії музеїв.

Нинішній час вимагає нових підходів до функціонування музейних закладів та подальшого розвитку музейної мережі. Реформи, що сьогодні запроваджені у політичній, економічній та соціокультурній сферах, на жаль, обходять музейну галузь. Адміністративно-територіальна реформа, що проходить в країні, також не враховує музейний компонент. Попри те, що в деяких новостворених об'єднаних територіальних громадах (ОТГ) намагаються зберегти існуючі музеї, долучаючись до їх фінансування, відомі випадки справжньої боротьби за збереження і функціонування такого вкрай важливого закладу як музей. Не всі голови ОТГ розуміють потужне історико-культурне значення музею, який, в умовах нелегкого для держави сьогодення, виконує функцію відродження культурної та історичної пам'яті українського народу та формування патріотичної самосвідомості населення.

Проте, громадські музеї, зокрема ті, що діють на території Вінницької області, переживаючи етапи внутрішньої трансформації, змогли не тільки зберегти багатий накопичений матеріал, але й заявили про себе в новій якості.

Чимале значення у розвитку низки громадських музеїв Вінниччини залишається присвоєння їм звання «народний», що дає можливість місцевим органам самоврядування взяти їх на свій баланс. Так, народні музеї отримують оплачувану ставку завідуючого і, хоч і в недостатній кількості, отримують фінансування на утримання закладу.

За офіційною статистикою станом на 1.01.2018 р. на Вінниччині діє 30 народних музеїв, серед яких переважають заклади історичного профілю. В області їх налічується 20, а також 1 комплексний

(краєзнавчий), 1 художній, 4 мистецьких, 3 літературних самодіяльних музеї, що носять звання «народний». Ще 1 заклад має не зазначений у статистичній формі 8-нк профіль і відноситься до графи «інші» [3].

Проаналізувавши статистичні показники роботи музейних закладів області з 2000 р. за основними напрямами діяльності, нам вдалось побачити розвиток та здобутки музейної галузі за останні 18 років [2, 3].

Основою музейної діяльності є комплектування та збереження музейних колекцій, що характеризується кількістю предметів основного фонду. У 2000 р. основний фонд народних музеїв налічував 25158 одиниць зберігання, а у 2017 р. – 28530, що на 3372 предмети більше. Важливим показником суспільної значущості музеїв є їх відвідуваність. За означений у статті період у музеях, що носять звання «народний» спостерігається динаміка збільшення кількості відвідувачів у понад три рази. Якщо їх кількість у 2000 р. становила 29,2 тис. осіб, то у 2017 р. вона складає 88,1 тис. Динаміка розвитку спостерігається і в екскурсійному обслуговуванні. Кількість екскурсій у народних музеях у 2000 р. становила 1019 одиниць, а у 2017 р. збільшилася до 2151. Значно посилилась і виставкова діяльність. У 2000 р. створено 25 виставок, а у 2017 р. – 280. Ця цифра збільшилася більше ніж в 11 разів [2, 3].

Здійснений аналіз дозволяє зробити висновок про активну, плідну та ефективну роботу музейних закладів області. Відповідно до вищевказаних статистичних даних можна з упевненістю стверджувати, що музей як соціальний продукт, є результатом цілеспрямованої, систематичної, творчої пошуково-дослідницької, збирацької, фондової, експозиційної роботи. Більше того, музейні працівники зуміли довести, що ці заклади є надзвичайно важливими суспільними елементами і відіграють важливу роль у формуванні національної ідентичності, культурної пам'яті та патріотичної самосвідомості населення.

Література:

1. Про музеї та музейну справу: Закон України від 28.01.2016 № 955-VIII // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2016 .№ 10. Ст. 103.
2. Музейна мережа Вінницької області станом на 1.01.2018 р. // Науковий архів науково-методичного відділу Вінницького обласного краєзнавчого музею.
3. Музейна мережа Вінницької області станом на 1.01.2001 р. // Науковий архів науково-методичного відділу Вінницького обласного краєзнавчого музею.
4. Стельмах І. Ф. Громадські музеї в історичній ретроспективі // Праці Центру пам'яткознавства: зб. наук. пр. 2009. Вип. 16. С. 102–111.

Грановська Владислава, *студентка магістратури НАКККіМ*

СТРАТЕГІЯ МУЗЕЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

У сучасному соціокультурному просторі музеям належить особлива місія, адже, являючись своєрідними скарбницями культури й по суті унікальними центрами культурно-духовного відродження народу, вони передовсім сприяють гуманізації суспільства, утвердженню будь-якої нації як частини світової спільноти. При цьому складно вивести чи то сформулювати універсальну місію для всіх музеїв, оскільки і колекція, і персонал, і навіть місце розташування покликані відігравати «суттєве значення при формуванні місії, котра може бути як короткочасною, так і довготривалою, а може поєднувати в собі декілька складових (своєрідних підмісій)» [3, 221].

Відзначимо, що як соціокультурні інститути суспільства музеї об'єднують через численні мистецькі процеси різні покоління людей, сприяють збереженню традицій, піднесенню й розвитку духовності, зміцненню гуманістичних засад. Отже, сучасний музей як соціальний інститут – це та культурна установа, яка координує і організує діяльність значної кількості людей з метою збереження важливих подій та артефактів минулого й сьогодення, а також передачі унікальних знань про них прийдешнім поколінням

З огляду на вищезазначене, цікавими видаються міркування О. Козаченко, що в роботі «Музей як соціокультурний феномен: основні трансформаційні тенденції» відзначає, що важливу роль в музейній сфері відіграють професійні інтерпретатори джерел (експонатів) – музейні працівники [3, 119], які (спираючись на дослідження Н. Самаріної) здійснюють інтерпретацію на усіх етапах конструювання музею: відбір музейних предметів на зберігання (комплектування), їхній опис під час фондової роботи, встановлення достовірності, точності і повноти інформації стосовно музейного предмету, відбір предметів під час музейного проектування, його наукова інтерпретація (зафіксована як в експозиційному рішенні, так і в підписах біля експонатів) [5, 336].

Разом з тим на думку О. Кононюк новітні соціокультурні умови диктують музеям нові правила та умови, а тому музеї «повинні гідно витримати конкуренцію із своїми віртуальними замінниками». У статті «Музейний менеджмент в сучасному соціокультурному середовищі» дослідниця підкреслює, що нині змінюються не лише форми подачі матеріалу, а й сфера пропонованих музеєм послуг, а тому особливого значення в успішному функціонуванні й розвиткові музею як соціальної інституції набуває стратегічний музейний менеджмент, який покликаний визначати «відносини музею та суспільства» [3, 220] й певним чином передбачає визначення так званих стейкхолдерів. Своєю чергою І.Ворончак в роботі «Соціальна відповідальність бізнесу як соціально-економічний феномен» визначає англійський термін «стейкхолдер» - stakeholder) як таких фізичних чи юридичних осіб, що мають легітимний інтерес у діяльності організації, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність [2, 90].

Нагадаємо, що з відомих нині основних груп стейкхолдерів, чи не головну роль покликані відігравати високопрофесійні співробітники музею, так звані внутрішні стейкхолдери, що фактично створюють, розвивають музейні експозиції, дбають про їх збереження. Не менш важливе значення в стратегічному музейному менеджменті мають як ті організації чи установи, компанії з якими музеї налагоджують і намагаються підтримувати довготривалі зв'язки, співпрацюють, так і керівні державні установи, яким підпорядковуються музеї, а отже, отримують фінансування. Своєрідними стейкхолдерами виступають також відвідувачі музеїв, для котрих означені соціокультурні заклади й створюються і без присутності котрих втратять своє призначення. Значна роль в стратегічному музейному менеджменті й спонсорам як стейкхолдерам, співпраця з котрими в Україні ускладнена відсутністю досконалого законодавства.

Підводячи підсумок наших розвідок, звернемось до статті М. Бєлікової та С. Гресь-Євреінової «Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи», в якій авторитетні вчені серед проблем сучасного музейного менеджменту в Україні виокремлюють низку проблем, котрі ще належить вирішити. Поділяючи точку зору дослідників, зазначимо, що нині в Україні слід, зокрема, змінити безпосереднє ставлення керівників музеїв до проблем означених соціокультурних закладів, а крім того, усіляким чином сприяти накопиченню досвіду співробітниками музеїв щодо отримання грантів, котрі би сприяли активному розвитку музеїв. Серед проблем стратегічного менеджменту варто назвати й гостру потребу набуття професійних навичок щодо організації та управління музейною справою серед персоналу музею, оскільки в перспективних планах розвитку музеїв переважають наукові, а не управлінські напрямки. Вирішенню проблем музейного менеджменту в Україні сприяло би збільшення відсотка туристів серед відвідувачів музеїв шляхом створення та розвитку музейного сайту, що постійно би оновлювався, «приваблення інвесторів, спонсорів, благодійників», активна участь музеїв у «різноманітних заходах – виставках, ярмарках тощо» [1, 135].

Література:

1. Бєлікова М. Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 2 (10), 2013 С.123 – 135.

2. Ворончак І. Соціальна відповідальність бізнесу як соціально-економічний феномен // Відповідальна економіка. 2009. № 1. С. 90–103.

3. Козаченко О.О. «Музей як соціокультурний феномен: основні трансформаційні тенденції» // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2014 . Випуск 16. С.117– 129.

4. Кононюк О. Музейний менеджмент в сучасному соціокультурному середовищі // Острозький краєзнавчий збірник. 2016. С. 220 – 223.

5. Самарина Н. Современный музей: кризис или «ответ» на «вызов»? // Диалог со временем. 2009. № 27. URL: http://ecsocman.hse.ru/text/50479738.html

***Грановська Ярослава**, студент магістратури НАКККіМ*

ФЕСТИВАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ ВИДОВИЩНОЇ КУЛЬТУРИ

У сучасній видовищній культурі фестивалі відіграють особливу роль. При цьому термін «фестиваль» походить з латинської «festivus» – і означає «святковий». Схоже значення відшукаємо і у французькому перекладі festival, що передбачає проведення яскравого масового свята демонстрації різноманітних досягнень на теренах музичного, театрального, кінематографічного, естрадно-циркового мистецтва, що має чітко визначені номінації, в яких в той чи інший спосіб знаходять своє відображення природні особливості різних видів мистецтва [1, 261]. На переконання А.Плахова: «Фестивалі – це екзотика пейзажів, на тлі яких вони розігруються, це блиск актуальної моди й світського життя, це розкіш прийомів на віллах та яхтах, де збираються «вершки суспільства» [3, 7].

Необхідно вказати, що кінофестивалі як творчі змагання й спеціальні «фахові оглядини» [2,10] були супутніми кінематографу чи не з перших десятиліть його існування. Виступаючи одним з найпродуктивніших способів презентації як особистості постановника, так і просування фільму, міжнародні кінофоруми є унікальною можливістю «…показувати свої фільми широкому колу фахівців, що оцінюють, який ти режисер, які в тебе ідеї, чого ти вартий. Отримані призи, що є для багатьох просто сатисфакцією, задоволенням певних амбіцій, насправді можуть тебе рухати далі» [4, 21]. Відзначимо, що для учасників міжнародного кінофоруму це, передусім, непереборне прагнення щонайширше інформувати кінематографічну громадськість про власні творчі здобутки, про здатність зберігати й розвивати творчі традиції національних кінематографічних шкіл, утверджувати їх престиж на міжнародному рівні, стремління розширювати та зміцнювати в процесі майстер-класів і семінарів професійні зв'язки із закордонними колегами й, водночас, жагуче бажання отримати об'єктивну інформацію про себе, свою творчість.

Фестиваль – це синтетичний вид масових заходів, оскільки може включати с себе як перегляд конкурсних фільмів, так і супутні форми – різноманітні виставки, майстер-класи, семінари, круглі столи, зустрічі конкурси та інше. Зазвичай фестивалі є неприбутковими проектами і носять в першу чергу соціальний характер, а тому з впевненістю можна відзначити, що фестиваль – це соціальний проект, орієнтований на публічний показ та аналіз запропонованих фільмів з метою оцінювання роботи знімальної групи та популяризації фільмів, а також митців, що приймали участь у його створенні. З огляду на сказане, можемо стверджувати, що економічні аспекти відіграють значну роль в організації та в проведенні фестивалів і отримання прибутків не є основним їх завданням. Примітно, що кінофестивалі не будучи прибутковими заходами самі по собі впливають на економку країни в цілому. Разом з тим вкажемо, що кінофестивальний менеджмент – це самостійний напрям менеджменту в сфері культури, що є некомерційним, тому що кінофестиваль, який навіть має кіноринок, є витратним заходом, що не має на меті отримання прибутку. Це проявляється в тому, що основними джерелами його фінансування є частково кошти державного бюджету, громадських організацій, різних фондів, а також численних спонсорів та меценатів.

Кінофестивальний менеджмент, як досить нове явище в управлінській практиці, вимагає специфічного наукового підходу, вивчення і розробки. А той факт, що фестивалів з кожним роком стає все більше, підтверджує актуальність даної проблеми. Для організації фестивалю, як і будь-якої справи, необхідно мати в своєму розпорядженні певні ресурси. Два найголовніших з них – фінансові й людські. Але в силу специфіки організації кінофестивалю, людські ресурси є первинним чинником, так як саме вони забезпечують приплив фінансів.

В реалізації фестивальної діяльності особлива роль належить управлінню персоналом. Адже саме від персоналу, від ефективності його праці, від умілого управління ним залежить успіх кінофестивалю. Якими б сильними не були рішення керівників, результат може бути отриманий тільки тоді, коли вони вдало втілені співробітниками фірми. Управління персоналом кінофестивалю має ряд особливостей, зумовлених специфічними рисами фестивального заходу як продукту виробництва продюсерської фірми або команди, що займається його організацією.

Підводячи підсумки зазначимо, що незважаючи на труднощі бюджетного фінансування фестивальних заходів їх організатори, завдяки своїм титанічним зусиллям, знаходять необхідні кошти для того, щоб художній рівень і різноманітність репертуарної пропозиції постійно зростали. Кінофестивалі виконують свою головну соціально-культурну функцію, інтегруючи культурний простір країни і підтримуючи необхідний рівень взаємозв'язків з країнами ближнього і далекого зарубіжжя.

Література:

1. Кино: энциклопедический словарь. – М. : Искусство, 1986. – 447 с.
2. Першко О. Короткометражні фільми довгометражних фестивалів ершко // Кіно-коло. 1997. №1. С. 10−13.
3. Плахов А. Под знаком F. Кинофестивали: художественная публицистика. М., 2006. 312 с.
4. Роднянський О. Три вектори // Кіно-коло. 1997. № 1. С. 21−22.

Григораш Ярослав, *студент магістратури НАКККіМ*

ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ

Управління – складний і динамічний процес, керований і здійснюваний людьми для досягнення поставленої мети. Після того, як встановлені цілі управління, необхідно знайти найбільш ефективні шляхи та методи їх досягнення. Іншими словами, якщо при визначенні цілей потрібно відповісти на запитання «чого потрібно досягти?», то слідом за цим вимагається відповісти на запитання: «як найбільш раціонально досягти мети?» Таким чином, виникає необхідність застосування комплексу засобів, тобто методів менеджменту, які забезпечують досягнення цілей управління.

Економічні методи в менеджменті посідають центральне місце серед системи наукових методів управління трудовою діяльністю людей, оскільки на підставі їх встановлюється цільова програма господарського розвитку окремих підприємств і організацій та визначається такий режим роботи і такі стимули, які об'єктивно спонукають та зацікавлюють колективи і окремих працівників в ефективній праці.

Таким чином, шляхом впливу на безпосередні інтереси об'єкту управління створюється механізм його орієнтації на найбільш оптимальний режим роботи без повсякденного і безпосереднього втручання зверху.

До складу економічних методів менеджменту належать організаційно-виробниче планування, метод цільових комплексних програм, комерційний розрахунок, система економічних регуляторів господарської діяльності.

Під плануванням розуміється продумана підготовка майбутньої діяльності, систематично орієнтована на цілі організації чи підприємства. Економічне планування полягає в розробці системи показників, які є найбільш важливими, визначальними, ключовими показниками господарської діяльності. Ці показники охоплюють всі сфери діяльності організації: виробництво, реалізацію, закупівлю сировини, матеріалів та товарів, фінанси, запаси товарів і матеріалів, робочу силу та ін.

Планування як метод управління характеризується рядом специфічних ознак:

1) цільовою визначеністю, оскільки кожен показник вказує виконавцям, які результати діяльності бажано досягти;

2) конкретною адресною спрямованістю, оскільки планове завдання завжди конкретно адресоване певному виконавцю (працівнику, групі працівників, колективу в цілому);

3) часовим інтервалом дії (рік, квартал, місяць, декада чи інший проміжок часу).

Система планування господарської діяльності має позитивні і негативні сторони. До позитивних сторін планування слід віднести внесення за допомогою плану елементу свідомого програмування комплексу дій по досягненню поставлених цілей, розробка методології планування на різних щаблях і в ланках управління, уніфікація системи показників планів та деякі інші.

Планування – це процес визначення головних цілей організації, ресурсів, необхідних для їх досягнення, та політики, направленої на придбання та використання цих ресурсів [2, 20].

Отже, суттєвою проблемою для науковців і практиків-менеджерів є створення сучасної методології внутрішньо-виробничого планування господарської діяльності. Така методологія повинна базуватися на наступних принципах:

– орієнтація на досягнення кінцевих результатів, на постійне підвищення ефективності господарських процесів і виробництва;

– досягнення цілей виробництва на основі поєднання індивідуальних та групових інтересів учасників виробництва;

– безперервність планування, яка повинна проявлятися у наступності перспективних і поточних, річних і оперативно-календарних планів;

– наукова обгрунтованість показників, їх пропорційність і збалансованість;

– висока конкурентоздатність продукції та послуг, її відповідність потребам внутрішнього і зовнішнього ринків;

– застосування в процесі планування економіко-математичних методів, які передбачали б багатоваріантну розробку плану і його послідовну оптимізацію [1, 44].

Планування як метод управління, охоплює всю багатогранність господарської діяльності організації чи підприємства. Однак існують проблеми, які потребують розробки спеціальних планових програм їх розв'язку, концентрації засобів та зусиль і навіть створення спеціального апарату, який керує ходом виконання даних програм. У цих випадках застосовується метод цільових комплексних програм (ЦКП) або метод програмно-цільового управління.

Програмно-цільове управління за останні роки одержало інтенсивний розвиток у зв'язку з необхідністю вирішення найбільш складних завдань управління технологічними, організаційними та соціально-економічними системами. Специфіка даних завдань полягає у тому, що в подібних системах виникають нові цілі, для яких не має в наявності механізмів досягнення.

При використанні методу ЦКП система цілей стає відправним пунктом планування, а кожній значимій проблемі відповідає планова програма її розв'язку.

ЦКП являє собою певну цілісність, властиву тільки їй одній і може розглядатися у двох аспектах: як інструмент управліннння і як новий вид систем. Як інструмент управління, ЦКП є плановим директивним документом, який діє до моменту досягнення поставленої у ньому мети. Заходи програми повинні бути узгоджені з завданнями інших розділів плану господарсько-фінансової діяльності підприємства чи групи підприємств, які входять в певне об'єднання (систему).

Отже, цільова комплексна програма – це намічений для планомірного здійснення, об'єднаний єдиною метою та прив'язаний до певних термінів комплекс взаєпов'язаних завдань та адресних заходів соціального, економічного, наукового, технічного та організаційного характеру [3, 58].

Ядром програми є ціль, або група цілей, які конкретизуються у ряді завдань, їх вирішення здійснюється за допомогою системи заходів, що реалізуються конкретними виконавцями, яким виділяються для цього необхідні ресурси. Для програми характерна цілеспрямованість використання ресурсів і реалізація програмних заходів незалежно від інтересів структурних підрозділів загальної системи управління.

Комерційний розрахунок базується на загальних принципах ринкової економіки: максимальній свободи економічних суб'єктів; повній їх відповідальності за підсумки господарської діяльності; конкуренції виробників товарів та послуг; вільному ціноутворенні; відмові держави від прямої участі в господарській діяльності ринкових суб'єктів; соціальній захищеності громадян. Іншими словами, необхідною умовою ефективного функціонування ринкового механізму регулювання економіки є наявність незалежних, самостійних, володіючих свободою господарської ініціативи і підприємництва суб'єктів ринкових відносин [4, 65].

Система економічних регуляторів. Комерційний розрахунок повністю не виключає регулюючого впливу на господарську діяльність суб'єктів господарювання з боку держави або вищих щодо них керуючих систем. Таке регулювання здійснюється не волюнтаристським впливом на господарські процеси, а застосуванням системи економічних регуляторів господарської діяльності.

Ці економічні регулятори поділяються на загальнодержавні, місцеві і внутрішньосистемні.

Система економічних регуляторів господарської діяльності повинна бути гнучкою, негайно реагувати на зміну економічної ситуації. Нині застосовується досить широкий арсенал цих регуляторів. Надалі, в умовах розвинутого ринку, кількість таких регуляторів зменшиться, однак ринок не передбачає повної відмови від економічного регулювання господарських процесів.

Література:

1. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування та планування. Київ: МАУП. 2013. 200 с.
2. Жовнович Р. І. Планування діяльності підприємства як метод менеджменту // Фінанси України. 2009. № 1. С. 19–24.
3. Лесів Й. Сучасний менеджмент в ринковій економіці. К. : КНЕУ, 2004. 256 с.
4. Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 580 с.

Гуменюк Наталія, *студентка магістратури НАКККіМ*

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У організаційно-управлінській діяльності використовують різні види ресурсів: матеріальні, фінансові, інформаційні, інтелектуальні і, на кінець, найважливіший ресурс- люди, які все це створюють, використовують, видозмінюють і, головне – керують всіма процесами.

Фінансові показники не надають повної інформації про усі сфери діяльності підприємства; вони, як правило, не відображають інформацію про проблемні чи позитивні фактори формування на підприємстві рівнів рентабельності, ліквідності, ділової активності тощо. Для цього необхідно володіти нефінансовою інформацією про смаки та уподобання споживачів, кваліфікаційний склад працівників, впровадження інновацій, ефективність діяльності конкурентів, імідж та репутацію підприємства тощо [1, 41].

Система управління кадрами є реалізатором функцій управління кадрами та являє собою сукупність ув'язаних, погоджених методів й засобів управління кадрами підприємства, які покликані упорядкувати, організувати й направити на досягнення мети діяльність кадрів. Головною метою системи управління кадрами *є* кадрове забезпечення підприємства, ефективне використання кадрів, а також їх професійний й соціальний розвиток. Система управління кадрами будується на ряді принципів і методів (табл. 1)

Систему управління кадрами вміщує не тільки функціональні підрозділи, які займаються роботою з кадрами, але й вище керівництво, а також керівництво функціональних підрозділів, що виконують функції науково-технічного, виробничого, економічного керівництва, управління зовнішніми господарськими зв'язками й кадрами. Система управління кадрами є базисом побудови системи управління підприємством.

Таблиця 1

Принципи побудови системи управління кадрами [2, 45-47]

Принцип	***Зміст принципу***
Принципи, що характеризують вимоги до формування системи управління персоналом	
Обумовленості функцій управління персоналом цілям виробництва	Функції управління персоналом формуються і змінюються не довільно, а відповідно до потреб і цілей виробництва
Первинності функцій управління персоналом	Склад підсистем системи управління персоналом, організаційна структура, вимоги до робітників і їх чисельність залежать від змісту, кількості і трудомісткості функцій управління персоналом
Оптимальності співвідношення інтра- та інфрафункцій управління персоналом	Визначає пропорції між функціями, спрямованими на організацію системи управління персоналом (інтрафункції) і функціями управління персоналом (інфрафункції)
Оптимального співвідношення управлінських орієнтацій	Диктує необхідність випередження орієнтації функцій управління персоналом на розвиток виробництва в порівнянні з функціями, спрямованими на забезпечення функціонування виробництва
Потенційних імітацій	Тимчасове вибуття окремих робітників не повинно переривати процес

	здійснення яких-небудь функцій управління. Для цього кожний робітник системи управління персоналом повинний вміти імітувати функції вищестоящого, нижчестоящого співробітника і одного-двох робітників свого рівня
Економічності	Припускає найбільше ефективну і економічну організацію системи управління персоналом, зниження долі витрат на систему управління в загальних витратах на одиницю продукції, що випускається, підвищення ефективності виробництва. У випадку, якщо після заходів щодо удосконалювання системи управління персоналом збільшилися витрати на управління, то вони повинні перекриватися ефектом у виробничій системі, отриманим у результаті їх здійснення
Прогресивності	Відповідність системи управління персоналом передовим закордонним і вітчизняним аналогам
Перспективності	При формуванні системи управління персоналом варто враховувати перспективи розвитку організації
Комплексності	При формуванні системи управління персоналом необхідно враховувати усі фактори, що впливають на систему управління (зв'язку з вищими органами, договірний зв'язок, стан об'єкта управління і т.д.)
Оперативності	Своєчасне прийняття рішень по аналізу та удосконалюванню системи управління персоналом, попереджаючих або оперативно усунуючих відхилення
Оптимальності	Різноманітна проробка пропозиції по формуванню системи управління персоналом і вибір найбільше раціонального варіанта для конкретних умов виробництва
Простоти	Ніж простіше система управління персоналом, тим краще вона працює. Безумовно, це виключає спрощення системи управління персоналом на шкоду виробництву
Науковості	Розробка заходів щодо формування системи управління персоналом повинна ґрунтуватися на досягненнях науки в галузі управління з урахуванням зміни законів розвитку суспільного виробництва в ринкових умовах
Ієрархічності	В будь-яких вертикальних розтинах системи управління персоналом повинно забезпечуватися ієрархічна взаємодія між ланками управління (структурними підрозділами або окремими керівниками), принциповою характеристикою якого є несиметрична передача інформації «униз» (дезагрегирования, деталізація) і «нагору» (агрегирования) по системі управління
Автономності	У будь-яких горизонтальних і вертикальних розтинах системи управління персоналом повинна забезпечуватися раціональна автономність структурних підрозділів або окремих керівників
Узгодженості	Взаємодії між ієрархічними ланками по вертикалі, а також між щодо автономними ланками системи управління персоналом по горизонталі повинні бути в цілому узгоджені з основними цілями організації і синхронізовані в часу
Стійкості	Для забезпечення стійкого функціонування системи управління персоналом необхідно передбачати спеціальні «локальні регулятори», що при відхиленні від заданої цілі організації ставлять того або іншого робітника або підрозділ у невигідне положення і спонукають їх до регулювання системи управління персоналом
Багатоаспектності	Управління персоналом як по вертикалі, так і по горизонталі може здійснюватися по різноманітних каналах: адміністративно-господарському, економічному, правовому та ін.
Прозорості	Система управління персоналом повинна мати концептуальну єдність, містити єдину доступну термінологію, діяльність усіх підрозділів і керівників повинна будуватися на єдиних «несучих конструкціях» (етапах, фазах, функціях) для різноманітних по економічному змісті процесів управління персоналом
Комфортності	Система управління персоналом повинна забезпечити максимум зручностей для творчих процесів обґрунтування, виробітки, прийняття і реалізації рішень людиною. Наприклад, вибіркова преса даних, розмаїтість опрацювання, спеціальне оформлення документів із виділенням істотної інформації, їх гармонічний зовнішній вигляд, виняток зайвої роботи при заповненні документів і т.д.
Принципи, що визначають напрямки розвитку системи управління персоналом	
Концентрації	Розглядається в двох напрямках: концентрація зусиль робітників окремого підрозділу або всієї системи управління персоналом на рішенні основних задач або концентрація однорідних функцій в однім підрозділі системи управління персоналом, що усуває дублювання
Спеціалізації	Поділ праці в системі управління персоналом (виділяється праця керівників,

	спеціалістів і службовців). Формуються окремі підрозділи, що спеціалізуються на виконанні груп однорідних функцій
Рівнобіжності	Припускає одночасне виконання окремих управлінських рішень, підвищує оперативність
Адаптивності (гнучкості)	Означає пристосовуваність системи управління персоналом до змінюючихся цілей об'єкта управління та умовам його роботи
Спадкоємності	Припускає загальну методичну основу проведення робіт з удосконалювання системи управління персоналом на різних її рівнях і різних спеціалістах, стандартне їх оформлення
Безперервності	Відсутність перерв у роботі робітників системи управління персоналом або підрозділів, зменшення часу чекання документів, простоїв технічних засобів управління і т.п.
Ритмічності	Виконання однакового обсягу робіт у рівні проміжки часу і регулярність повторення функцій управління персоналом
Прямоточності	Упорядкованість і цілеспрямування необхідної інформації з виробітку визначеного рішення. Вона буває горизонтальна і вертикальна (взаємозв'язку між функціональними підрозділами і взаємозв'язку між різноманітними рівнями управління

Кожна з підсистем системи управління має головне завдання. Основним завданням підсистеми керівництва системи управління підприємством є розробка та реалізація філософії підприємства, основним завданням функціональних підсистем – розробка та реалізація різних видів політики підприємства.

Система управління кадрами дозволяє підприємству чітко реагувати на події у зовнішньому середовищі, обирати такі варіанти поведінки, які б узгоджували його економічні процеси з вимогами господарського механізму країни. Від злагодженої роботи системи управління кадрами з іншими функціональними підсистемами, грамотної реалізації кадрової політики та процесу кадрового забезпечення залежить успішна діяльність підприємства.

Таким чином, у статті було визначено місце системи управління кадрами в системі управління підприємством, подані принципи та методи системи управління кадрами на підприємстві, а також визначена роль кадрового забезпечення в системі управління кадрами.

Література:

1. Кацай М. Разрабатываем систему управления персоналом // Управление персоналом. 2014. № 21. С.40-43.
2. Управление персоналом организации / Под ред. А.Я.Кибанова. 2-е изд., доп. и перераб. М.: ИНФРА-М, 2012. 638 с.

Даценко Вадим, *студент магістратури НАКККіМ*

КЕЙС-СТАДІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Як відомо, для вдалої діяльності необхідно мати конкретну ідею та команду професіоналів. Виклики сьогодення потребують удосконалення корпоративної соціальної відповідальності та усвідомлення безпосередньої участі кожного члена колективу у стратегічному розвитку організації. Найсуттєвішу роль відіграють два питання – «Що ми робимо і для кого?» і «Де ми маємо бути в найближчій перспективі?»… Ці два кейса і були основою корпоративного тренінгу. Колеги визначили що робота повинна бути Покликанням а не просто засобом задоволення своїх кар'єрних амбіцій, що потрібна підтримка в непростих обставинах, ознайомилися з таким поняттям як Storytelling (розповідь історій) та з задоволенням стали учасниками командних ігор, які дозволяють об'єднати колектив і допомагають вирішити принципові питання щодо удосконалення корпоративної культури в організації.

Концепція екологічного кейсу, який був проведений Покровському центрі дозвілля має на меті ознайомлення учнів з методами застосування та переробки побутових відходів, створення уявлення про те, що являє собою планетарна система та визначення, чим загрожує людству надмірне споживання ресурсів планети. За допомогою тренінгових ігор, учні виявили ряд альтернативних

рішень щодо поведінкової культури та визначили, як застосовувати на практиці навички тактичного обмеження. Завдяки данному кейсу учні виявили негативний вплив на довкілля надмірного навантаження промислових відходів та визначили суб'єктивну відповідальність як за безпеку власного життя так і за гармонійне співіснування з екосистемою взагалі. Кейс відповідає екологічному контексту Стратегії децентралізації Дніпропетровщини, яка розроблена спільно з регіональним Центром розвитку місцевого самоврядування та Дніпропетровською облдержадміністрацією, за сприянням програми для України з розширення прав і можливостей на місцевому рівні, підзвітності та розвитку «U-LEAD» з Європою».

В Україні впроваджується проект по створенню суспільного мовлення. Таке явище як суспільне мовлення є поширеною практикою в Європі, адже суспільство повинно бути поінформованим щодо подій, які відбуваються в економіці, політиці та інших течіях світових трендів. Якщо говорити про суспільне мовлення як таке, важливо пояснити значення цього явища. Суспільне мовлення являє собою цілісний, якісний та неупереджений інформаційний контент, у якому поєднуються, зберігаються та презентуються погляди, думки, висловлювання та різноманітні культурні, релігійні та політичні явища, події та стратегічні напрямки сталого розвитку суспільної думки. Особливо це питання стало актуальним в епоху інформаційних технологій та світової мережі Інтернет. Бо кожної миті Великі Дані, або як їх ще називають Big Data, збільшують свій рух та невпинно впливають на свідомість громадян. І завданням якісної журналістики, навіть Зухвалою Ціллю, повинно бути справедливе та своєчасне інформування населення щоб громадяни, як кажуть, не потонули в нескінченних потоках зазвичай маніпулятивної а іноді й фейкової інформації.

01 квітня 2014 року Урядом України задекларована децентралізація влади, що реалізується відповідно до Концепції реформи органів місцевого самоврядування. Так, у 2016 році, відповідно до Концепції реформи утворилася Покровська ОТГ, на території якої діяв районний будинок культури. Відповідно до вимог реформи був проведений ребрендінг установи і вищеназваний заклад змінив назву на КЗК «Покровський Центр Дозвілля». Наразі заклад перебуває у процесі інноваційних перетворень, відновленні майже втрачених переваг щодо свого істотного функціонування. Одним з найважливіших напрямків діяльності закладу стає молодіжна політика. Завдяки сучасному молодіжному простору, який невдовзі з'явиться на базі закладу і є проектом Молодіжної ради при Покровській селищній раді, за підтримки Програми DOBRE – виникне абсолютно нове інформаційне середовище, у якому молодь, відверто сподіваємося, знайде шляхи свого власного розвитку [3]. На даний час у Центрі Дозвілля діють вокальні та хореографічні студії, театральний, естрадний та режисерський гуртки, студія звукозапису та студія неформальної освіти. Колектив Покровського центру дозвілля щиро сподівається на співпрацю с Молодіжною радою при Покровській селищній раді та запрошує молодь до занять у гуртках, студіях, а також запрошує мешканців громади та гостей селища на заходи, про які буде повідомлено у ЗМІ.

Стрімкі зміни світових бізнес-процесів та невизначеність ринкових умов призвели до кардинального перегляду існуючої в нашій державі системи управління. Особливо це стосується гуманітарної сфери, у якій центральну роль виконує кожен мешканець громади і який потайки сподівається на якесь поліпшення психологічних умов у навколишньому середовищі, покладаючи надію чи то на владу чи то на фахівців, які «все ж таки колись прийдуть» і впровадять інноваційні моделі управління. А поки що спостерігається низька духовна активність мешканців та втрата зацікавленості до національного культурного продукту через перенасиченість інформаційного простору неякісними «культурними» продуктами, які не мають естетичної складової та питомої ваги для українського менталітету. Завдяки цьому громадяни піддають сумніву якість національного культурного продукту та врешті решт перестають відвідувать місця культурного відпочинку, посилаючись на непривабливість споруд, глядацьких залів клубного типу, зон відпочинку, з недовірою ставляться до фахівців культурної сфери, мотивуючись невідповідністю останніх своїм кваліфікаційним вимогам та виникненням у такому разі мови ворожнечі [2, 134]. Децентралізація влади, задекларована Урядом України у 2014р., призвела до змін у корпоративному управлінні і громади потребують від фахівців належного виконання законодавчої бази та дотримання національних стандартів щодо надання інформаційно-освітніх послуг мешканцям громад. Досягти такого положення в управлінні системою та позбавитись мови ворожнечі дозволяє екологічна освіта.

Модернізація та реформування вітчизняної освіти у сенсі інноваційного підходу до освітнього процесу через неформальну освіту, яка передбачена Законом України «Про Освіту» як Другий

рівень дозволяє забезпечити її конкурентноспроможність у міжнародній співпраці як з науковими установами так і з закладами освіти та культури. До цього дня сучасний етап освітніх програм був спрямований лише на запам'ятовування інформації та знань а не на використання цих знань у практичних ситуаціях. І для вирішення цієї проблеми педагогічні та культурні науковці рекомендують впроваджувати у освітній процес навчання методами кейсів (Case Method), який є вдалою перевагою перед суто теорією та дозволяє учням використовувати проактивність задля визначення своїх життєвих приорітетів [1, 21]. Крім того, у листі Міністерства освіти та науки від 09.07.2018 № 1/9-434 щодо рекомендацій з навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін у закладах вищої освіти, вказано про використання збірників ситуаційних завдань (кейсів) що і дозволяє представникам неформальної освіти застосовувати такі матеріали в позашкільних студіях, гуртках задля розвитку критичного мислення та мотивації учнів до особистого виховання.

Література:

1. Деркач А. М. Кейс-метод в обучении // Специалист. 2010. N 4. С. 22 – 23.
2. Копієвська О.Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.
3. Програма DOBRE. URL: https://donors.decentralization.gov.ua/project/dobre (датазвернення: 28.09.2018).

Дембовська Галина, *студентка магістратури НАКККіМ*

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Активізація економічних процесів в Україні призвела до загострення конкуренції, що змушує учасників ринку шукати більш ефективні шляхи економічного зростання. У сучасних умовах господарювання ефективне управління є одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоздатності підприємств, що займаються виробництвом і реалізацією товарів. Світовою наукою і практикою накопичено значний досвід у галузі створення механізмів ефективного менеджменту та їх впровадження. Проте низький рівень конкурентоздатності підприємств вітчизняної промисловості багато в чому обумовлений нерозвиненістю концептуальних основ ефективного українського менеджменту.

Конкурентний потенціал та конкурентоспроможність підприємства визначає його положення на ринку та здатність адаптуватися та протистояти змінам та впливу зовнішнього середовища. Конкурентоспроможність підприємства - це його здатність боротися за ринок, зберігати і збільшувати свою частку на ньому, здатність випереджати інших, використовуючи новітні технології, вміння максимально ефективно використовувати ресурси, домагаючись того, щоб продукція, що випускається або надані послуги були більш конкурентоспроможними, ніж товари та послуги конкурентів, і повніше задовольняли потреби споживачів.

Управління конкурентоспроможністю – одна з найважливіших складових діяльності підприємств. Кожна фірма повинна визначити свої конкурентні переваги і слабкі сторони, щоб виробити стратегію конкурентної боротьби, в рамках якої буде визначений набір конкретних короткострокових і стратегічних дій, які необхідно вчинити для підвищення конкурентоспроможності. Для успішного управління конкурентоспроможністю необхідно вивчати різні шляхи її підвищення.

На сьогоднішній день у нашій країні склалася досить складна економічна ситуація. Більшість вітчизняних підприємств зазнають великих збитків, але все ж намагаються утриматися на ринку. В таких умовах конкуренція зростає та стає більш жорсткою, тому усі суб'єкти господарювання повинні правильно організувати свою діяльність. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства дає можливість не лише вивчити теорію, а й постійно використовувати отримані знання на практиці. Крім того, оцінка конкурентоспроможності підприємства настільки тісно пов'язана з поняттям стратегії, стратегічним менеджментом, що набуті навички не можуть залишитися незатребуваними, особливо якщо є практичними. Правильно розроблена стратегія у ринковій системі господарювання є одним з кроків до виживання та стабільного положення підприємства.

Конкурентні стратегії були розглянуті в працях таких видатних вчених як: Азоєв Г. Л., Ансофф И., Антонюк К. І., Бухало С. М., Горев А. П., Криворотов В. В., Портер М., Саритх М., Фатхутдинов Р. А., Юданов А. Ю. та інші.

Пошук стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства розглядається на прикладі «Зернової Столиці». «Зернова Столиця» – це потужний високопрофесійний альянс, що об'єднує у своєму складі провідні підприємства України: «Завод Елеваторного Обладнання» та «Зернова Столиця – Інжиніринг».

Завод заснований в 1956 році в м. Одеса, як одне із структурних підрозділів союзного об'єднання «Спецелеватормельмонтаж». Підприємство розробляло та впроваджувало у виробництво нові види обладнання для елеваторної промисловості.

Після здобуття незалежності України, робота підприємства була реорганізована під маркою «Завод Елеваторного Обладнання». Високий професіоналізм співробітників заводу та продумана організація виробництва сприяла зростанню обсягів та видів продукції що випускається. У 2008 році компанією було отримано міжнародний стандарт якості – ISO: 9001.

На сьогоднішній день завод працює на сучасній верстатній базі і виробляє широкий спектр оптимального за якістю та ціною обладнання для елеваторної промисловості.

Компанія «Зернова Столиця – Інжиніринг» (раніше «Євробуд сервіс») була заснована на базі монтажного підрозділу «Елеватормельмонтаж» на початку 90-х та має багаторічний досвід роботи. На сьогоднішній день – це провідна компанія в Україні, що надає найширший спектр послуг з будівництва елеваторних комплексів в Україні і тільки ТОВ «Зернова Столиця – Інжиніринг» в повному обсязі гарантує будівництво елеваторних комплексів «під ключ».

Управління проектування, автоматизації, будівельно-монтажне управління, управління екологічної безпеки, сервісна служба, виробництво і комерційний департамент працюють як один злагоджений механізм. Запорукою до успіху є швидка і якісна реалізація обраної стратегії, тому що лише розробка стратегії не гарантує подальшої ефективності діяльності підприємства. Одним з дієвих засобів успішної діяльності являється реалізація стратегії для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / Восточноукраин. нац. ун-т. Луганск : ВНУ, 2000. 315 с.
2. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / пер. з англ. М. Ставицького. К. : Олексія Капусти, 2005. 258 с.
3. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / Харківський національний економічний університет; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.Б.Іванова, д-ра екон. наук, проф. О.М Тищенка. Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. 384 с.
4. Система якості відповідно до норм міжнародних стандартів ISO 9000. URL: http://toplutsk.com/articlesarticle_379.html (дата звернення: 23.09.2018).
5. Гольцев Д. Г. Розрахунок результативності системи управління якістю на підприємстві. URL: http://gisap.eu/ru/rozrakhunok-rezultativnosti-sistemi-upravlinnya-yakistyu-na pidprіємstvi (дата звернення: 23.09.2018).

Дернова Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ПАРТНЕРСТВО: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Глобалізаційні процеси, які відбуваються в світі, актуалізували питання щодо встановлення соціокультурного партнерства між людьми. Як найважливіший елемент буття людини, соціокультурне партнерство покликане задовольняти різноманітні культурні, духовні, рекреаційні, релігійні потреби людини, включати людину в реальну комунікацію. Соціокультурне партнерство не є активно обговорюваною категорією серед науковців. Увага останніх прикута більш до поняття «соціальне партнерство». Так, у науковій літературі і на практиці соціальне партнерство характеризується неоднозначно, одні розуміють його як конкретний тип соціально-трудових відносин між органами державної влади, роботодавцем і трудовим колективом, інші – в ширшому сенсі: як специфічний вид суспільних відносин між професійними, соціальними групами, верствами, класами,

їх громадськими об'єднаннями, органами влади та бізнесом; як світоглядну основу узгодження і захисту інтересів різних соціальних груп, верств, класів, їх громадських об'єднань, бізнесу та органів влади [3].

В класичному розумінні до основних принципів соціального партнерства відносять: рівноправність сторін; повагу і врахування інтересів сторін; зацікавленість сторін в участі в договірних відносинах; сприяння держави у зміцненні і розвитку соціального партнерства на демократичній основі; дотримання сторонами та їх представниками законодавства та інших нормативних правових актів, свобода вибору при обговоренні питань; добровільність прийняття сторонами на себе зобов'язань без примусу і погроз; реальність зобов'язань, прийнятих на себе сторонами; обов'язковість виконання договорів, угод; контроль за виконанням прийнятих договорів, угод; відповідальність сторін, їх представників за невиконання з їх вини договорів, угод [4].

Соціальне партнерство в його сучасному соціокультурному розумінні розглядається як певна комунікативна система між всіма зацікавленими стейкхолдерами культурних змін до яких науковці відносять: людину, громадянина; відповідальних осіб, представників різних гілок влади; представників інститутів громадянського суспільства (громадські організації, творчі спілки, національно-культурні товариства, благодійні організації, асоціації, фонди); професійних творчих працівників, працівників культури, які ведуть свою професійну діяльність через мережу закладів, організацій, підприємств культури (державної та приватної форм власності); представників засобів масової інформації [1, 17].

Особливої актуальності соціокультурне партнерство набуває в контексті функціонування закладів культури. Науковці наголошують, що «ефективність такого феномену полягає в умінні знаходити оптимальні шляхи співробітництва з державними, громадськими організаціями, органічно включаючись в муніципальні програми, а також з установами культури, освіти, засобами масової інформації, фондами тощо, як вітчизняними, так і зарубіжними. Соціальна значимість такого партнерства в тому, що, розширюючи рамки впливу, воно ефективніше сприяє розвитку особистості. Це особливо важливо в умовах сьогоднішнього суспільства, в якому ціннісні орієнтири повсюдно тяжіють до комерційних, масово-культурних, технотронних пріоритетів і стандартів, нівелюючи духовний світ особистості» [2, 3].

Розглядаючи соціокультурне партнерство як певний механізм для функціонування культурного простору ми наголошуємо на його здатності трансформувати суспільство в його функціональних складових. Соціокультурне партнерство дозволяє подолати ряд негативних тенденцій, які породжені в українському суспільстві за останні роки. Для України, соціокультурне партнерство є певним інструментом подолання системної кризи, ефективний (відкритий) шлях досягнення розумного компромісу.

Розглядаючи соціокультурне партнерство як особливу систему цивілізованих суспільних відносин які спрямовані на узгодження і захист культурних потреб і інтересів представників різних соціальних верст населення ми наголошуємо на важливості її організаційно правового визначення і відповідно – регулювання.

Соціокультурне партнерство не може розвиватися стихійно, воно потребує певної правової культури яка дозволить забезпечити відповідальне ставлення в процесах досягнення консенсусу. Так, дотримання правових норм дозволить сформувати правову культуру між всіма учасниками соціокультурного партнерства. Соціокультурне партнерство це механізм узгодження дій на певній правовій платформі, що відбиває сутність такого партнерства, його зміст і інструментарій ефективної взаємодії.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : автореф. дис. …д-ра культурології : спец. 26.00.06. Київ, 2018. 35 с.

2. Позиціонування і партнерство в сучасній системі соціокультурних комунікацій бібліотеки для дітей / Нац. б-ка України для дітей ; автор-уклад. О. В. Безручко. К., 2013. 32 с.

3. Социальное партнерство в сфере культуры. URL: http://culture29.ru/experts/digest/273/ (дата обращения: 12.05.2017).

4. Социальное партнерство. URL: http://www.grandars.ru/college/sociologiya/so (дата обращения: 12.05.2017).

Долеско Дарина, *студентка магістратури НАКККіМ*

КІНОІНДУСТРІЯ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Кіно є найбільш популярним видом мистецтва. Він виник в результаті розвитку технічних засобів, кіно вже на самій ранній стадії ознаменувало початок нової епохи в культурі - епохи масового мистецтва. Передбачаючи його роль в житті майбутніх поколінь, Лев Толстой називав кінематограф «великим німим». Здатність кіно впливати на величезні маси людей обумовлене технічною можливістю тиражування фільми в необмеженій кількості копій і можливістю демонстрації однієї копії фільму одночасно для великої кількості глядачів. Мова кіно – це, перш за все, мова візуальних зображень. Для його сприйняття необов'язково вміти читати. Це дає кінематографу інформативні та пропагандистські можливості, залишаючи далеко позаду можливості преси. Ігровий кінематограф взяв на озброєння мистецтво актора. При цьому він набагато перевершив можливості актора і театру в цілому в масштабі аудиторії, на яку направлено його вплив.

Секрет зрозумілості та привабливості мови кіно – в його реалістичності, адже кінематограф народився з фотографії і, як і фотографія, відображає реальність такою, як вона є. Людина бачить ту ж реальність, що і в житті, тому вона довіряє їй, тому вона сприймає його майже так само, як реальні події життя.

Німецький філософ і теоретик мистецтва Вальтер Беньямін вказав на цю властивість кіно як на причину його «масовості»: «Орієнтація реальності на маси і мас на реальність – процес, вплив якого і на мислення, і на сприйняття безмежно».

Але кіно не було б мистецтвом, якби воно тільки відображало реальність. Сила впливу кіно – в його здатності створювати художній образ. А в образі реальність подається вже не в нейтральному «фотографічному» вигляді, а під певним кутом зору, що породжує певні смисли, що дає оцінку цій реальності. Період німого кіно, коли ще не було можливості відтворювати мову персонажів фільму, сприяв удосконаленню виразних засобів акторської гри та режисури, візуальний ряд фільму став відточеним універсальною мовою, зрозумілою людям будь-якої національності. Цей етап кінематографа подарував людству великого Чарлі Чапліна і його неперевершені шедеври. Образи, створені Ч. Чапліном, однаково близькі і зрозумілі на будь-якому кінці земної кулі, вони народжують сміх і сльози і в самому високоосвіченій, і в самій малограмотній людині. Його фільми – доказ того, що масове мистецтво може бути високим мистецтвом.

Відомий радянський кінорежисер Сергій Ейзенштейн звертав увагу на властивість кінематографа «зверстати в узагальнений образ людини і те, що він бачить; людина і те, що її оточує; людина і те, що вона збирає навколо себе". Це властивість тісно пов'язана з таким важливим художнім інструментом кінорежисера, як монтаж. Сенс монтажу Ейзенштейн висловив у формулі «1 + 1 = 3».

Цю ж, по суті, ідею висловив і інший відомий радянський кінорежисер Лев Кулешов, який багато експериментував у сфері виявлення художніх засобів кіно. Він прийшов до висновку, що «з'єднанням кадрів можна надавати в принципі нейтральним за змістом предметами або персонажами той чи інший людський сенс (горе, радість, моральні імплікації та ін.). Будь-який об'єкт може бути локалізована в географічному, історичному, соціальному, психологічному плані, може бути викритий або виправданий в очах глядацької публіки, яка чекає деяких послань. Монтаж – як найдоступніший на будь-якій технологічній ступені засіб кіно, дає можливість додати будь-якому предмету, персонажу, будь-якій ситуації сенс, який використовується в даній цивілізації».

Один з експериментів Л. Кулешова полягав у тому, що він «брав один і той же великий план обличчя актора Мозжухіна і склеював (монтував) із зображеннями труни, миші, тарілки супу. Глядачам здавалося, що обличчя актора висловлює горе, переляк, голод. Цей парадоксальний "ефект" яскраво і просто виявляє дійсну можливість за допомогою монтажу створювати різні, необхідні художнику, настрою, стану, дії і навіть події». Даний ефект отримав назву «ефект Кулешова».

Всі названі якості кінематографа – ні з чим незрівнянна масовість, доступність і зрозумілість художнього мови, його реалістичність, можливість необмеженої смислової інтерпретації нейтральних реалістичних зображень – є властивими кіно «від природи», можна сказати, його родовими характеристиками. Вони створюють в сукупності нову якість кінематографа, який можна

назвати потенційно ідеологічною ємністю. Ця якість ставить кінематограф в розряд питань державної ваги.

Становлення кіномистецтва збіглося історично з епохою революційних змін, і його колосальні можливості дуже до речі припали для пропаганди революційних ідей. Широко відомі слова Леніна про кіно як найважливіше з мистецтв. З перших тижнів свого існування радянська влада взяла кінематограф під контроль і поставила перед ним завдання формування нової суспільної свідомості.

Відомо, що більшовицька ідеологія несла в собі і яскраво виражений позитивний вплив, і не менш сильний негативний вплив на масову свідомість.

Ідеї соціальної справедливості, культурного просвітництва, загальної грамотності, створення міцної промисловості, власної науки і культури, безкоштовної освіти і безкоштовної медицини, дружби і рівності численних народів, що населяли країну, – всі ці ідеї стали опорою побудови радянської держави як системного Антикапіталізму. І всі ці ідеї були блискуче втілені в життя.

Все, що не вписувалося в більшовицьку ідеологію – релігія, приватна власність, все, у чому можна було запідозрити співчуття до самодержавства, до дворянського і поміщицького стану, схильність до буржуазного образу думок, – безжально критикував і витравляв.

Держава, яка поставила за мету створення соціалістичної культури і мистецтва, послідовно її здійснювала. Уже в 1917 р засновуються кінокомітет, завданням якого була цензура і відбір серед наявних фільмів. У 1919 р була заснована державна кіношкола, згодом виросла в перший в світі кінематографічний вуз – ВДІК.

Молоде радянське кіно дуже швидко заявило про себе іменами талановитих кінорежисерів. Картини Сергія Ейзенштейна, Всеволода Пудовкіна, Олександра Довженка, Григорія Александрова, Івана Пир'єва, Фрідріха Ермлера, Михайла Ромма і багатьох інших увійшли в світовий фонд кінематографа не тільки завдяки силі їх емоційно-ідеологічного впливу, а й з огляду на багато відкриттів, новизни «кіномови».

Знаменитий фільм Сергія Ейзенштейна «Броненосець"Потьомкін"», що вийшов в 1925 р, викликав справжній вибух в світовому кінематографі. Його ідейна і художня сила була настільки велика, що за кордоном його просто боялися показувати. Ось що писав у своїй «Історії кіномистецтва» французький кінокритик Жорж Садуль: «За межами СРСР цензура всюди заборонила"Броненосець"; глядачі збиралися потайки, щоб дивитися його. Репресії лише подесятерили вибухову силу шедевра; фільмотеки різних країн ретельно зберігали його. Фільм одразу став найзнаменитішим з усіх, за винятком хіба тільки фільмів Чапліна. Геббельс кілька років по тому віддав йому мимоволі вищу похвалу, коли наказав німецькому кіно дати йому нового "Потьомкіна"».

Стратегічна лінія радянської держави, яка надавала кінематографу достатню для його повноцінного розвитку підтримку, мала довгострокові цілі і різноманітні і цінні результати. Так, одним з епітетів СРСР був вираз «найбільш читаюча країна». У цьому, безсумнівно, була і заслуга кінематографа. Відомо, що після вдалих фільмів, знятих за сюжетами літературних творів, в бібліотеках спостерігався підвищений попит на ці твори. Деякі книги (наприклад, «Щит і меч» Вадима Кожевникова, «Сімнадцять миттєвостей весни» Юліана Семенова) передавали з рук в руки, зачитували буквально до дірок.

Все пролонговані і багатоаспектні результати хорошого фільму важко перелічити. У загальному і цілому можна сказати, що внесок держави в розвиток кінематографа – це абсолютно очевидний внесок в його головний капітал – людський.

Ті негативні зміни, які відбулися в кінематографі після падіння Радянського Союзу, можуть служити «доказом від противного» тези про потенційну ідеологічну ємність кіно. Як тільки держава відмовилася від формулювання своєї ідеології і від підтримки кінематографа - тут же цю нішу зайняли підприємливі ділки, єдиною ідеологією яких є швидка нажива, велика окупність з найменшими витратами. В результаті кіноринок наповнився безліччю «картин», художня цінність яких в кращому випадку дорівнює нулю, а набагато частіше – з явним знаком мінус. А оскільки кіно зберігає свої родові характеристики – масовість, доступність, реалістичність, то знак мінус загрожує великими наслідками для стану людського капіталу країни.

В даний час ситуація поступово вирівнюється. Держава, дозволивши часткову приватизацію в сфері кіновиробництва, створило можливість для регуляції цієї сфери за допомогою ринкових відносин. У той же час держава бере на себе фінансування частини витрат кіноіндустрії, пов'язаної з виконанням держзамовлення. Це дозволяє контролювати розвиток кінематографа і здійснювати завдання державної культурної політики.

Література:

1. Эйзенштейн С. Вибрані твори: в 6 т. Т. 5. М., 1964. С. 89.
2. Кириллова И. Б. Медиакультура : учеб. пособ. для вузов. М., 2008. С. 84 .
3. Росс Э. Как устроено кино. Теория и история кинематографа. М., 2016. С. 67.
4. Сибрук Дж. Культура маркетинга. Л., 2012. С. 180.
5. Бадьйор Д. Як писати про культуру?: збірник есеїв і лекцій. К. : CSM; Адеф-Україна, 2015. С. 74.

Єрмілова А., *студентка магістратури*
кафедри журналістики та міжнародних відносин
Київського університету культури

ЕФЕКТИВНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

Актуальність теми полягає у тому, що нині реклама є затребуваною технологією розвитку сучасного бізнесу. Крім того, ця комунікаційна технологія, за шляхами своєї реалізації використовується у різні способи та по-різному впливає на суспільство і цільову аудиторію зокрема. Серед різних найбільш ефективних типів впливу на індивіда, на нашу думку, більш дієвою є зовнішня реклама, яка потребує додаткового наукового вивчення.

Мета – вивчення технологій впровадження зовнішньої реклами та ставлення цільової аудиторії до неї.

На думку Шморгуна Л. Г., «зовнішня реклама вважається найдавнішим видом реклами, проте до цих пір не втратила своєї актуальності» [5, 21]. Сьогодні існує величезна кількість визначень зовнішньої реклами, але, на наш погляд найдоцільнішим є визначення, яке дала українська учена А. Досенко «Зовнішня реклама – це один із найефективніших рекламних типів, адже є найвидовищнішою та найуживанішою. Це не лише реклама розміщена на вулиці чи на транспорті, це форма організації рекламування продукту у найбільш ненав'язливій формі, адже оточуючи людину з усіх сторін, вона систематично нагадує про себе, не дає забути…» [1, 7].

Але, разом з тим, практично не можливо перерахувати усі формати зовнішньої реклами. Це пояснюється тим, що ринок динамічний і на ньому постійно з'являються нові типі й нові носії.

Під час дослідження українського ринку, нами була виявлена проблема: в окремо категорію не виокремлено *indoor*рекламу, що сьогодні розглядається як потужна технологія, що своєю платформою обрала транспорт. Але, разом з тим цей вид реклами й не ототожнюється з рекламою на транспорті, й не відноситься до неї навіть з законодавчої точки зору.

Окремої уваги потребують механізми розміщення зовнішньої реклами, адже вони займають чільне місце у рекламній структурі. Тут варто звертати увагу на низку особливостей, які сприяють потужному психологічному впливу на цільову аудиторію. «Сучасні носії зовнішньої реклами створювались протягом кількох століть, змінювалися технології, дизайн зовнішньої реклами, але залишалися незмінними методи впливу на аудиторію» [3, 114].

Станом на сьогодні рекламу не варто розглядати лише як технологію створення іміджу продукту чи шлях його продажу, це ще й сегмент ринку «який динамічно розвивається і є джерелом інформації про різні послуги та до певної міри системою навігації у великому місті» [3, 117].

Актуальною сьогодні стає необхідність проведення паралелей та виведення більш чіткої класифікації зовнішньої реклами саме на візуальних об'єктах. Це пояснюється тим, що зараз, з посиленням інформаційних технологій збільшується потужність зовнішньої реклами, з'являються нові форми та шляхи її реалізації. Типологія зовнішньої реклами здатна вирішувати велику кількість завдань, не зважаючи на розміри конструкції самого рекламоносія, а разом з тим й шляхів розміщення рекламного звернення на ньому.

Одним із важливих критеріїв для подальшого вивчення питання є те, що цей вид реклами не охоплює чітко окреслену категорію цільової аудиторії, адже впливає на людей в цілому. Особливістю зовнішньої реклами є ще й те, що саме вона здатна за дуже короткий час проанонсувати подію чи охарактеризувати товар, діючи лише у певній місцевості й апелюючи до конкретної категорії населення. Разом з тим ефективність її не втрачається, а навіть навпаки – зростає.

Це підтверджено багатьма дослідженнями, але, ми вирішили провести своє он-лайн опитування й поцікавилися як ставиться до зовнішньої реклами молода аудиторія, люди віком від 17-22 років.

Ми обрали анкету на 5 запитань та попросили відповісти на неї 120 особам. Результати внесли у таблицю.

Таблиця 1

ПОКАЗНИК РЕАКЦІЇ АУДИТОРІЇ, ЩОДО СУЧАСНОЇ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

№ з/п	Питання	Відповіді респондентів	
		Так	Ні
1	Чи знаєте ви що таке зовнішня реклама?	98%	2%
2	Як ви ставитесь до зовнішньої реклами?	Позитивно – 76%	негативно – 24%
3	Чи завжди ви реагуєте на зовнішню рекламу?	66%	44%
4	Чи думаєте ви, що зовнішня реклама сьогодні є потужною технологією реалізації товару чи послуги	78%	22%
5	Чи думаєте ви, що зовнішня реклама це технологія майбутнього?	55%	45%

Як бачимо з проведеного опитування, сучасна українська аудиторія молоді позитивно реагує на зовнішню рекламу та її носії, сприймаючи її як потужний виразник інформації, як носій на який реагують, а відтак впізнають бренди, товари, організації тощо. Українська цільова аудиторія сьогодні готова до нових обріїв, типів та видів рекламної комунікації.

Висновки. Сьогодні зовнішня реклама в Україні перетворилась на серйозну комунікаційну технологію та цілий сегмент ринку. Існує велика кількість визначень та наукових поглядів на цей тип реклами, але разом з тим існує і низка проблем, адже не має уніфікованих класифікацій, є розбіжності з реальними та законодавчими факторами. Сьогодні варто працювати над вирізненням інших типологічних одиниць та рядів пов'язаних із зовнішньою рекламою.

Література:

1. Досенко А. К. Реклама: базові аспекти для початківця. Київ : КНУКіМ. 2017. 220 с.
2. Музыкант В. Л. Реклама в действии. Стратегии продвижения. Москва : Эксмо, 2007. 307 с.
3. Ромат Е. В. Реклама. СПб. : Питер, 2012. 504 с.
4. Пілецький В. Т., Мананнікова О. Ю. Маркетинг: теорія, практика, самостійна робота, контроль. Алчевськ : ДДТУ, 2007. 388 с.
5. Шморгун Л. Г. Посібник з рекламного менеджменту. Київ: Абрис, 2005. 343 с.

Іванова Марина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

Реформування соціокультурної сфери, зокрема освіти, яке сьогодні увійшло в свою найактивнішу фазу, безпосередньо впливає на майбутнє мистецької освіти в Україні, яку без перебільшення можна назвати нашим національним надбанням. Особливо гостро постає питання впровадження інноваційних методів управління закладами позашкільної мистецької освіти – дитячих музичних шкіл, зокрема, до змісту освітніх програм, кадрового забезпечення та до соціальної функції, яку мають виконувати дитячі музичні (мистецькі) школи, передусім, для свого самозахисту і збереження в умовах реформи децентралізації.

Система музичних (мистецьких) шкіл потребує нових підходів до управління та організації їх роботи. Тому гостро постає питання реформування мистецької освіти, необхідністю структурних змін та законодавчого забезпечення діяльності музичних (мистецьких) шкіл, створення для них нових законодавчих інструментів. Одночасно з необхідністю структурних змін у середині системи

культурно-мистецької освіти потребує реформування і нормативно – правове забезпечення у сфері освітньої діяльності в соціокультурній сфері.

28 вересня 2017 року набув чинності Закон України «Про освіту», якими визначаються інструменти для реалізації масштабної освітньої реформи позашкільної освіти. Частина друга статті 21 Закону визначає мистецьку освіту як спеціалізований вид освіти, що передбачає формування у здобувача спеціальних здібностей, естетичного досвіду і ціннісних орієнтацій у процесі активної мистецької діяльності, набуття ними комплексу професійних, у тому числі виконавських, компетентностей та спрямована на професійну художньо-творчу самореалізацію особистості і отримання кваліфікацій у різних видах мистецтва [2].

Таким чином, ці норми реалізують сутність підготовки митця і зберігають традицію безперервності та наступності мистецької освіти. Розроблення стандартів спеціалізованої мистецької освіти, освітніх програм, атестації та сертифікації педагогічних працівників, які забезпечують її надання. Передбачена також можливість створення наскрізних освітніх програм, які охоплюють різні освітні рівні мистецької освіти, що особливо важливо для інтегрованої підготовки майбутніх митців.

Цей Закон відкриває нові можливості та перспективи для якісних змін у цій сфері. Усі ці факти дають привід для певного оптимізму щодо подальшої долі культурно-мистецької освіти в Україні. Головне – не втратити цей унікальний шанс для змін, оскільки те, чого ми досягнемо сьогодні, визначатиме, якою буде культурно-мистецька освіта та наскільки професійним буде кадрове забезпечення сфери культури і мистецтва в найближчі десятиліття.

Отже, удосконалення існуючих і впровадження нових методів управління та регулювання визначають здатність держави здійснювати реалізацію освітньо-мистецької політики в новому інституційному середовищі країни. Недостатній розвиток сучасних управлінських інструментів, методів, механізмів і моделей, таких як, наприклад, система проектного моніторингу; технологія соціально-культурного партнерства; контролінг перешкоджають впровадженню інноваційних методів у практику прийняття ефективних управлінських рішень. Таким чином, виявлення відсутніх складників, їх вивчення й включення в практику діяльності забезпечить формування системи управлінських інновацій у сфері позашкільної освіти та мистецтва [1, 110].

Існуючі механізми управління, такі як нормування, планування й програмування розвитку соціокультурної сфери, незважаючи на своє повсюдне поширення, не забезпечують стійких результатів її розвитку в контексті децентралізації влади, реформ бюджетної системи й впровадження програмно-цільового фінансування культурно-мистецьких закладів. Застосування комплексного підходу до формування інноваційних механізмів управління підвищить ефективність менеджменту й забезпечить розвиток інноваційних процесів як в окремих суб'єктах, так і у сфері мистецької освіти і культури в цілому [3].

Затверджений у 2017 році Кабінетом Міністрів України середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017-2018 роки, одним з пріоритетів якого є модернізація змісту та умов надання мистецької освіти, зокрема у позашкільній мистецькій освіті:

- модернізація матеріально-технічної бази;
- державна фінансова підтримка обдарованих учнів;
- мотивація педагогічних працівників мистецьких закладів державою;
- розроблення уніфікованих державних стандартів мистецької освіти;
- запровадження системи моніторингу позашкільної мистецької освіти з метою підвищення її якості;

З огляду на це, необхідно внести зміни до «Закон про культуру», якими по – новому окреслити культурну політику нашої держави у сфері позашкільної мистецької освіти, не зважаючи на форми власності (державну, комунальну чи приватну). Передбачивши бюджетне утримання базових мистецьких освітньо-мистецьких закладів та широкого спектру механізмів і форм підтримки, зокрема, податкові пільги, надання конкурсних грантів, держзамовлення та заохочення недержавних інвестицій у мистецьку освіту.

На нашу думку, за сучасних економічних умов для забезпечення нормального функціонування мистецької освіти необхідно прийняти Закон України «Про захист позашкільної мистецької освіти в Україні» і отримати державні гарантії щодо її збереження.

Література:

1. Бородін О.Д. Основні складові механізму державного управління соціально-культурною сферою // Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 7. С. 109-113.
2. Закон України «Про освіту» від 19.02.2016р. Верховна Рада України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua / laws/show/1060-12.
3. Пігуль Н.Г. Теоретичні аспекти формування соціальної сфери в сучасних економічних умовах // Ефективна економіка. 2013. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ efek_2013_11_61.

Івахнюк Ганна, *студентка магістратури НАКККіМ*

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Останнім часом маркетинг упевнено завойовує ринкові позиції як джерело, що дає змогу створювати й підтримувати певні стандарти людського життя. Докорінна трансформація світової економіки внаслідок упровадження таких нових засобів зв'язку й сполучення, як глобальні телефонні та комп'ютерні мережі, супутникове телебачення, факсимільні апарати, уможливлює значне скорочення географічних відстаней. Завдяки новим комп'ютерним і телекомунікаційним технологіям істотно змінилися методи виробництва і маркетингу. Нині не обов'язково витрачати особистий час на пошук необхідних товарів. Достатньо скористатись одним із каналів повідомлень, щоб зробити замовлення, і менеджери з маркетингу за допомогою комп'ютера вивчать потреби, що виникли, розроблять і доставлять товар, проведуть у разі необхідності відеоконференцію в реальному часі тощо. Управління персоналом впливає на управління розвитком підприємства настільки, наскільки успішно працівники використовують свої можливості для реалізації поставлених цілей. Тому для результативності системи управління персоналом, кожному підприємству потрібно використовувати власний досвід роботи із своїм персоналом, корегувати та удосконалювати кожну із підсистем, вивчати та застосовувати досвід зарубіжних підприємств. Управління персоналом ґрунтується на комплексі регламентів, що визначають місце та роль кожного структурного підрозділу та кожного працівника в системі управління, порядок, норми взаємодії між ними та форми впливу на об’єкт управління. Управління персоналом є результатом управлінської діяльності та невід’ємною частиною управління [1].

Серед науковців, які займалися дослідженням структури системи управління персоналом є такі вчені, як Д.О. Корсакова, Л.Б. Пошелюжна, О.В. Сардак. Систему управління підприємством розглядали у свої працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці як О. Бондар, В. Бабінова, О. Болтак, С. Бронікова , Л. Гогіна, А. Дєгтяр, С. Загороднюк, М. Колот, Ю. Машкаров, Н. Нижник. Шляхи вдосконалення системи управління підприємством є предметом наукових розвідок В.Волинець, І. Волинець, Н. Гура , М. Грещак, В. Аверьянова, О. Копієвська, Л. Корнеев, В. Сідун, Е. Щепанський та інших.

На сучасному етапі ринкові відносини і жорстка конкурентна боротьба формують умови, при яких підприємства оціночної індустрії повинні приділяти увагу розвитку персоналу, їх особистої ефективності, вкладу кожного менеджера в роботу організації. Менеджерам підприємств необхідно оперативно відстежувати зміни, контролювати виконання роботи і бути в курсі подій, йти на випередження. Для максимізації прибутку при мінімальних витратах підприємству необхідно активізувати весь свій потенціал і з найбільшою вигодою використовувати виникаючі можливості, щодо управління продуктивністю праці на підприємствах. Системний підхід припускає, що кожний з елементів, що складають систему має певні власні цілі. Система – це певна цілісність, що складається з взаємозалежних частин, кожна з яких робить свій внесок у розвиток цілого [5].

Проте, суть системного підходу полягає в тому, що забезпечити підвищення ефективності роботи організації в цілому. Основними елементами систем можна назвати: цілі, структуру, завдання, технології, техніка та люди. SWOT-аналіз – це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього

середовища організації. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації [3].

Маркетинг передбачає широке використання найвигідніших ринкових можливостей. Він залежить від виробництва і забезпечує випуск виробниками лише тих товарів, які можуть бути реалізовані. Звідси випливає важливість маркетингу як процесу, що пов'язує виробника зі споживачем через торгівлю і забезпечує зворотні зв'язки між ними. Планування маркетингової діяльності має своєю метою встановлення максимально можливої системності маркетингової діяльності підприємства, особливо в межах його довгострокових стратегічних цілей. Водночас керівництво підприємства намагається зменшити ступінь невизначеності і ризику, базуючи планування на результатах маркетингових досліджень, і забезпечити концентрацію ресурсів на обраних пріоритетних напрямах маркетингового розвитку підприємства. Організація маркетингової діяльності спрямована на формування на підприємстві організаційних структурних одиниць, на які покладається виконання маркетингових функцій. У рамках організації маркетингової діяльності визначається місце структурного підрозділу маркетингу в загальній структурі управління підприємством, його місце в управлінській ієрархії, підпорядкованість і підзвітність. Важливим є формування посадових функцій працівників відділу маркетингу, їхніх повноважень і відповідальності. Економісти та фахівці з менеджменту, аналізуючи структури управління підприємствами, виділяють декілька видів структур: лінійно-організаційна структура; функціональна організаційна структура; лінійно-функціональна організаційна структура; матрична структура [4].

Інформаційне забезпечення є запорукою ефективного використання всіх функцій маркетингу рахунок оперативної організації інформаційного забезпечення підприємства різноплановою маркетинговою інформацію. Рішення цієї проблеми на сучасному рівні передбачає створення маркетингових інформаційних систем, які полегшують процеси збирання, обробки, аналізу маркетингової інформації та використання її в режимі реального часу. Контроль маркетингової діяльності спрямоване на вимірювання і оцінку результатів реалізації стратегій, планів і програм, визначення корегувальних дій, що у сукупності забезпечують досягнення маркетингових цілей. Контроль завершує і водночас розпочинає новий цикл планування маркетингової діяльності. Одним з головних розділів є періодичне систематизоване введення нових технологічних процесів, механізація та автоматизація виробництва, зміни в номенклатурі продукції, розширення об’єму виробництва, удосконалення організації і управління викликають неперервну зміну структури кадрів підприємства. При цьому зміни проходять не лише в співвідношенні категорій промислово-виробничого персоналу, але і в професіональному, кваліфікаційному, освітньому складі всіх категорій персоналу підприємства. Поряд з планом чисельності працюючих складаються також плани підготовки кадрів і підвищення кваліфікації працюючих, які включаються складовими частинами в план по праці і заробітній платі підприємства [2].

Вдосконалення підприємства означає необхідність розвивати структуру організації, чисельність працівників, враховувати потреби підприємства та працівників. Також, для вдосконалення системи управління на підприємстві, необхідно враховувати науковий та технологічний розвиток. На мою думку, розвиток управління та розвиток самого підприємства залежить від високої кваліфікації як керівників, так і працівників організації, та від мотивації праці.

Отже, стратегії та підходи управління підприємством є важливими елементами у розвитку та функціонуванні організації. Проте, для того щоб керуватися цими елементами, спочатку слід побудувати чітку структуру управління підприємством.

Література:

1. Мурашко М. А. Менеджмент персоналу: навч.-практ. посіб. К. : Знання, 2006. 311 с.
2. Погорєлова Т. О., Ігнатьєва Ю. І. Система управління персоналом як основний елемент системи управління підприємством // Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. 2013. № 21. 133 с.
3. Раєвнєва О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія. Харків, 2013. 496 с.
4. Сладкевич В. П., Чернявский А. Д. Сучасний менеджмент організацій. К. : МАУП, 2007. 488 с.
5. Ядранська, О. В. Оцінка персоналу в системі ефективного управління // Економіка & держава. 2014. № 1. С. 60–63.

Казмірук Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

НАЦІОНАЛЬНИЙ КУЛЬТУРНИЙ ПРОДУКТ У СИСТЕМІ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРИКЛАДІ ПОДІЛЬСЬКОЇ КЕРАМІКИ

Українська національна культура, що впродовж багатьох віків набула світового значення, в силу імперського домінування XVIII-XX ст. була зумисне нівельована як меншовартісна. Перед українцями постали питання збереження національних святинь, відродження етнічних традицій і встановлення історичної справедливості, популяризації національного культурного продукту.

Українська дослідниця Ольга Копієвська зазначає, що сучасна вітчизняна реальність характеризується відсутністю чіткого розуміння та підтримки вітчизняного культурного продукту. Відкритість суспільства призвела до різкого підвищення попиту на продукт західної, американської культури та зниження попиту на вітчизняний продукт [7, 98].

Процес плагіату національних цінностей розпочався ще у добу Петра І: унікальні твори «малоросійського мистецтва» перетворювалось на «великорусское искусство». Планомірно знищувалась українська культура з встановленням Радянської влади. Непоправних збитків українській культурній спадщини завдала також ІІ Світова війна.

Українське гончарство становить невід'ємну складову національної культури і є одним з найбільш розвинутим та популярним видом декоративно-ужиткового мистецтва. Його розвиток, як художнього явища, має тисячолітню передісторію і давню національну традицію – кераміка епохи неоліту, ранньослов'янська, черняхівська, давньоруська та середньовічна кераміка. Але свого найвищого рівня розвитку гончарство досягло в XVII-XVIII століттях. Удосконалилися технічні прийоми та художні засоби виразності. Набули поширення розпис, фляндрування, зелена й коричнева полива. Вироби розписували також ангобами та емалями, що дало змогу перейти до багатоколірного декору. Панівне місце посіли рослинні квіткові орнаменти, вигадливі картуші та традиційні геральдичні знаки-мотиви; були популярними фігурні композиції, передовсім на мисках і кахлях. У цей час уже існували керамічні осередки України: Київ, Васильків, Умань, Чернігів, Батурин, Глухів, Миргород, Полтава, Харків, Бар, Бубнівка, Кам'янець-Подільський, Смотрич, Коломия, Снятин, Львів, Хуст, Ужгород та ін.

На Поділлі гончарний посуд виробляли у Барі, Бубнівці, Гайсині, Кам'янці-Подільському, Летичеві, Смотричі та ін. Бубнівська кераміка, окрім чітких рослинних візерунків, мала ліплені фігурки тварин і пташок на покришках дзбанків, ринок тощо.

Серед подільських гончарів особливо хочемо виділити Андрія Гончара (1828-1933) з с. Бубнівка, який перший запровадив у своєму селі виробництво червоного посуду, мальованого технікою ріжкування; Петра Лукашенка і ПавлаСамоловичів з Бару, що оздоблювали миски тематичними фігурними композиціями; Петра Білоока, Миколу Небесного і РомanaЧервоняка зі Смотрича, які використовували оригінальний розпис на основі фляндрівки; Якова Бацуцу (1854—1932) з с. Адамівка, який своїм неполиваним посудом кулястоподібних форм, розписаним силуетними фігурками тощо, вславився на всеросійських і міжнародних виставках, братів Герасименків: Якима (1888-1970) та Якова (1891-1969) із с. Новоселівка; Олексія Луцишина з с. Крищинці (1922-2002), продовжувача традицій І.Т. Гончара. Ім'я Олексія Григоровича Луцишина носить науково-дослідний відділ Вінницького обласного художнього музею.

Володимир Титаренко, відомий дослідник і колекціонер, зауважив, що серед розмаїття народного гончарства подолян саме миски займають одне з чільних місць – завдяки багатству й вишуканості форм та високій культурі розпису [2].

Глиняні миски, як і взагалі керамічні вироби, здавна відігравали важливу роль у побуті й обрядах українців. Вони застосовувались для подавання на стіл страв, вживання їжі, зберігання продуктів, замішування тіста, прання білизни, освячення страв на великі православні свята тощо.

Серед багатьох відомих центрів гончарного промислу на Поділлі нам хотілось би виділити Бубнівку та Крищинці.

Бубнівський гончарний осередок належав до позацехового (сільського) гончарства. Його стрімкий розвиток розпочався після скасування кріпацтва. З часом виник своєрідний «бубнівський стиль», позначений виразними національними рисами. Кожен гончар XIX ст. з Бубнівки, дотримуючись певних традиційних орнаментальних схем, де переважали великі квіти ліро-подібної форми («вилоги»), а також «сосонки», «косиці», «колоски», «спускавки», «виноградне гроно»,

«індичий хвіст», фантастичні істоти, хрести тощо. Разом з тим у той чи інший візерунок вносив нові мотиви та елементи, що підкреслювали особливості саме його індивідуального творчого мислення та почерку.

Вироби крищинецьких гончарів теж відзначалися високою якістю, широким асортиментом. Крищинецькі майстри завжди експериментували: із поруч традиційними символами та мотивами можна було побачити по-новому оформлені скульптурні зображення коників, баранців, кумедні людські постаті та багато іншого. Все це робилося для того, щоб їх вироби відрізнялися від інших та могли конкурувати з творами інших майстрів [3].

А.Прусевич, дослідник подільського гончарства, на початку ХХ ст. зазначав, що в кожному осередку є свої недоторкані і непорушні місцеві традиції гончарства. Ось чому кожен осередок мав свої стилістичні ознаки, за якими можна було легко визначити приналежність певного твору.

Але в 70-80-х роках українське гончарство поволі занепадає. усе менше залишалося досвідчених гончарів. Натомість ставали до ладу напівмеханізовані керамічні цехи і заводи для виробництва масової продукції, що імітує народні гончарні вироби.

Сьогодні ж, обравши європейський шлях розвитку, наша держава ставить за мету підвищення національно-духовного рівня особистості й створення умов для максимальної самореалізації кожної особистості. Про розуміння особливої ролі народної художньої творчості у житті суспільства свідчить приєднання нашої країни до ряду конвенцій, зокрема, це – Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини та Конвенції про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження [4, 5].

У с. Новоселівка Гайсинського району діє музей-садиба братів Герасименків, який репрезентує відомий Бубнівський гончарний осередок Поділля. Основу колекції складають гончарні вироби братів Герасименків, їхньої небоги Фросини Міщенко, Миколи Бабака, Тетяни Шпак, Валентини Живко, Тетяни Дмитренко, а також предмети побуту українського населення с. Бубнівка та Новоселівка.

На сьогодні у Вінниці діє Музей гончарного мистецтва ім. О.Г. Луцишина як науково-дослідний відділ Вінницького обласного художнього музею, де зберігається творча спадщина О.Г. Луцишина (з 2003 року), неперевершена колекція традиційної глиняної подільської миски кінця XIX – поч. ХХ ст., яка нараховує близько 300 предметів і відображає майже 15 гончарних осередків (м. Бар, с. Бубнівку, с. Крищинці, м. Шаргород, с. Смотрич, с. Рахни-Лісові, с. Майдан-Бобрик та багато інших).Науково-дослідний відділ активно співпрацює з навчальними закладами міста і області. З метою долучення подолян, а особливо учнівської та студентської молоді, до українського народного мистецтва на базі музею проходять численні майстер-класи, лекції-практикуми з гончарства («Мала академія гончарства», «Ліплення з глини» тощо). Безкоштовно проводяться різноманітні заходи для малозабезпечених родин, осіб з інвалідністю, учасників бойових дій. Діє щорічний (із 2008 року) Регіональний пленер гончарів, який об’єднує й майстрів зі всієї України. У 2017році був започаткований мистецький проект «Музей гончарства відкриває нові імена». Музей бере участь у заходах на відзначенні державних свят тощо. Активно співпрацює з гончарями, музеями України. Проводиться виставкова робота за участю відомих подільських гончарів.

Щороку стартують нові проекти, відкриваються нові імена, збільшується кількість відвідувачів, які стали учасниками виставок, мистецьких програм, майстер-класів тощо.

Таким чином, це дає можливість популяризації української культури, гончарства серед усіх верств населення.

Література:

1. Титаренко В. Миски Поділля. К. : Народні джерела, 2007. 152 с.
2. Цвігун Т. О. Мистецтво Крищинець у просторі буття // Світлиця. 2012. Жовтень-грудень.
3. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_d69 (дата звернення: 12.09.2018).
4. Конвенція про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/952_008 (дата звернення: 12.09.2018).
5. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2778-17 (дата звернення: 12.09.2018).
6. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. Kb]d : НАКККіМ, 2014. 296 с.

Камінська Вікторія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ INTERNET-ТЕХНОЛОГІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

Найважливішим фактором підвищення ефективності виробництва у будь-якій сфері є покращення управління. Удосконалення форм і методів керування відбувається на основі досягнень науково-технічного прогресу, подальшого розвитку Internet-технологій, методів і способів накопичення, обробки і передачі інформації з допомогою різноманітних технічних засобів. Інформаційна система, як система управління, тісно пов'язується, як з системами збереження та видачі інформації, так і з іншими системами, що забезпечують обмін інформацією в процесі управління.

Слід зазначити, що на сьогодні існує достатньо велика кількість досліджень за обраною проблематикою. Авторами їх є: Матвієнко О.В., Орєхов А.М., Коломієць В.Ф., Крилов І.В., Бірюков В. П., Малиновський Б.М., Поздняков В. И., Канигін Ю.М., та інші. Предметом їх наукового інтересу стали аспекти розвитку сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій, особливості їх використання у різних сферах діяльності, негативні наслідки інформатизації суспільства, питання створення та експлуатації інформаційних систем та інші. Однак, наукових праць, присвячених дослідженню проблеми якості аспектів використання Internet-технологій в управлінській діяльності замало. Саме цей факт і обумовлює необхідність її глибокого та різнопланового дослідження. На думку науковців Ю.Богуцького, Н.Корабльової та Г.Чміль «Нові технології побудовані на використанні мови: кібернетика, інформатика, програмування. Вони стали тим середовищем, яке конструює людину соціальну» [1].

Формують теоретичну основу становлення глобального інформаційного суспільства, допомагають осмислити проблеми розвитку особистості та динаміку соціокультурних змін в сучасному інформаційно-комунікативному просторі роботи Д.Белла, З.Баумана, З.Бжезінського, Ж.Бодрійяра, Ю.Габермаса, Е.Пденса, П.Дракера, Д.Рісмена, Г.Кана, Р.Катца, М.Кастельса, Й.Масуди, М.Пората та інші. Аналіз теорій інформаційного суспільства показує, що інтегративні процеси в сучасному інформаційно-комунікативному просторі обумовлені не тільки впровадженням комунікаційних технологій, але й розвитком об'єктивних історичних передумов формування світового співтовариства. Цей аспект розробляється в наукових концепціях М.Маклюена, Е.Тоффлера, Р.Дарендорфа та інші. Активно використовують комп'ютерні технології такі науковці: Е.Артем'єва, П.Булеза, О.Грінберга, Е.Денисова О.Жаркова, Р.Заріпова, Я.Ксенакіса, М.Ліндберга Ф.Манурі, А.Мухи, Н.Очеретовської, І.Пясковського, М.Строппи, І.Стравинського, О.Соколова, П.Хіндеміта, Л.Хіллера, А.Шнітке, О.Щетинського та інші. Українські вчені особливу увагу приділяють вивченню місця й ролі інформації в управлінні суспільством. Це такі вчені, як Є.Балацький, Г.Гажієнко, Т.Закупень, В.Залюк, С.Кондрашова, О.Кушніренко, С.Кравченко, Т.Мізерна, Т.Слинько, В.Сидоренко, І.Ібрагімова, П.Яковлев. Нинішній соціум означають як «телепатичний» або телевізійний, бо власне на медійній основі формується сучасна картина світу та Інтернет освоєння дійсності особистістю. «В новому суспільстві, зазначає український вчений А.Чухно, – на перше місце виходить якісно новий виробничий продукт – інформація і знання. Перетворення знань та інформації на головний виробничий ресурс зумовило появу таких якісно нових понять як інтелектуальний продукт,інтелектуальна праця, інтелектуальна власність, інтелектуальний капітал [3].

Одним із найсуттєвіших чинників, що забезпечують ефективний розвиток будь-якої сфери економіки та перетворюють окремих її учасників на лідерів ринку, є застосування передових технологій. Нині дуже актуальне формування національної українськомовної мережі з подальшим її впровадженням у глобальну світову мережу, а також створення досконалої системи комп'ютерних термінів українською мовою. Сучасний стан устандартованості науково-технічної термінології потребує переходити на нову технологію створювання, експертування та обробляння стандартів різного типу (на терміни та визначення понять, продукцію, послуги, технічні умови тощо), а також опрацьовування текстів законів та нормативних документів різних рівнів та ділянок знань. Усі ці

документи потребують контролювання термінів щодо їх уніфікованості, устандартованості, гармонізованості з іншими національними та міжнародними стандартами, оновлювання та вношення змін до стандартів, законів та нормативних документів тощо. Така технологія передбачає наявність повнотекстової бази національних термінологічних стандартів та устандартованих термінів [4].

В локальному мережевому середовищі всі переваги Internet можуть бути реалізовані з використанням стандартних інструментальних засобів Internet. Наприклад, класична задача зв'язку «один-до-багатьох» вирішується з застосуванням Internet-засобів навіть всередині локальної мережі. Intranet-рішення дозволяють швидко створювати локальні, захищені мережеві системи з реальною технологією «клієнт-сервер», які доступні для засвоєння, як підготовленому спеціалісту, так і звичайному робітничому персоналу компанії. WEB-сервери можуть посилати і приймати повідомлення електронної пошти, збирати дані і відповідати на запити, кодувати повідомлення в залежності від вимог по захисту інформації. Фірми можуть використовувати внутрішні WEB-сервери для всіх операцій, які здійснюються в кіберпросторі. В загальному випадку люба інформація, в тому числі і з баз даних, яку можна отримати в друкованому вигляді, може бути представлена з допомогою мови опису документів (HTML). Багато співробітників мають віддалене поняття про Інтернет. Іншими словами, культуру організації необхідно підвищувати до рівня науково-технічного розвитку. Ускладнення інформаційної системи росте пропорційно росту формалізації культури і збільшенню розміру організації. Головне завдання інформаційної системи для менеджера – підтримка прийняття рішення і управління потоками вхідної і вихідної інформації. Різноманітність інформаційних систем з кожним роком все зростає. В залежності від функціонального призначення можна виділити такі системи: управляючі (АСУТП, АСУВ), проектуючи (САПР), наукового пошуку (АСНД, експертні системи), діагностичні, моделюючі, систем підготовки прийняття рішення (СППР). Щоб залишатися конкурентоспроможними в умовах прогресивного еволюційного ринку, що швидко змінюються, поряд з новими застосуваннями вже наявних технологій і рішень організаціям нашої країни необхідно використовувати всі переваги новітніх технологій [5].

Необхідно відмітити, що функції підтримки протоколів (домовленостей про правила передавання даних) виконують як апаратні, так і програмні засоби (програми підтримки протоколів). Як зазначалось, головні принципи, закладені у розробку протоколів TCP/IP, – це забезпечення працездатності мережі шляхом реалізації можливості вибору альтернативних маршрутів для передавання даних, а також організації обміну повідомленнями між різними типами програм, які працюють на різних платформах. Сучасний розвиток Інтернету та його технологій спонукає до перегляду точки зору стосовно архітектури інформаційних систем. Поява різних браузерів, які дають можливість створити простий і зручний стандартний інтерфейс для користувачів для будь яких електронних інформаційних ресурсів, створила велику необхідність використання багаторівневих архітектур. Тепер стандартна структура сучасної інформаційної системи із застосуванням Інтранет – технологій формує такий вигляд: браузер – web-сервер – сервер динамічних сторінок – сервер застосувань – сервер баз даних, причому зберігаються і всі схеми, що вже були розглянуті. Поява таких механізмів web-серверів дає можливість об′єднати у єдину технологічну ланку системи баз даних та системи управління інформацією, такою як гіпертекстова чи гіпермедійна. Модель неоднорідності має також стосунок і до управління інформацією. Наявність всієї інформації в системах управління базами даних, а також різних структурах файлів, потребує взаємного використання її на робочих місцях незалежно від апаратних засобів та версій програмного забезпечення. Інтероперабільність у все більших масштабах наводить мости між багаточисленними інформаційними моделями (наприклад, комбінуючи ієрархічні, реляційні, та об'єктно-орієнтовані дані з відео-зображеннями та електронними таблицями). Фактично інтероперабільність та децентралізація засновані на єдиних стандартах. Стандарти супроводжують всі області створення елементів обчислювальної машини, від комунікацій, де головним прикладом служить еталонна модель взаємодії відкритих систем (Open Systems Interconnection Reference Model – OSI), до запитів систем управління базами даних (стандарти мови М-технологій, мов програмування та стандарти мови SQL). Розподіл обчислювальних ресурсів взаємний з

демократизацією управління. Кожен менеджер має можливість краще використовувати свої локальні інформаційні ресурси, а наявність такого програмного забезпечення чи продуктів, такі як електронні таблиці, персональні бази даних, текстові редактори, що призводить до більш кращої реакції організації на зміни у зовнішньому середовищі. Взагалі такі особливі застосування як управління електронними таблицями, управління персональними базами даних, обробка текстів та графіки стали представляти так звану велику четвірку горизонтальних застосувань персональних комп'ютерів. Інформатизація суспільства супроводжується масштабним впровадженням все кращих і кращих засобів та способів, що мають конкуренцію між собою по функціональним можливостям, ми вже бачимо розвиток більш потужних комп'ютерів і інших засобів інформатизації [2]. Самим важливим у цьому потужному розвитку засобів і продуктів для інформаційних технологій є вимоги до можливості об′єднання та інтероперабільності, не зважаючи уваги на існування різних виробників цієї ж техніки. Модель неоднорідності має також стосунок і до управління інформацією. Наявність всієї інформації в системах управління базами даних, а також різних структурах файлів, потребує взаємного використання її на робочих місцях незалежно від апаратних засобів та версій програмного забезпечення. Інтероперабільність у все більших масштабах наводить мости між багаточисленними інформаційними моделями (наприклад, комбінуючи ієрархічні, реляційні, та об'єктно-орієнтовані дані з відео-зображеннями та електронними таблицями). Фактично інтероперабільність та децентралізація засновані на єдиних стандартах. Стандарти супроводжують всі області створення елементів обчислювальної машини, від комунікацій, де головним прикладом служить еталонна модель взаємодії відкритих систем (Open Systems Interconnection Reference Model - OSI), до запитів систем управління базами даних (стандарти мови М-технологій, мов програмування та стандарти мови SQL). Отже, сьогодні електроніка і телекомунікації дуже тісно пов'язані із розвитком науково-технічного прогресу. Без сучасних телекомунікаційних засобів неможливо проводити наукових досліджень, збирати статистичні дані, обмінюватись інформацією через сайти, оформлювати звіти, інтерактивно спілкуватись, була б відсутня можливість комунікативного зв'язку на підприємствах.

Література:

1. Богуцький Ю., Корабльова Н., Чміль Г. Нова культурна реальність як соціодинамічний процес людинотворення через ролі. К. : Інститут культурології НАМ України, 2013. 272 с.
2. Ліпич Л., Волинець І. Деякі аспекти управління виробничою діяльністю підприємств // Економічний часопис Східноєвропейського університету імені Лесі Українки. 2015. № 2. С. 44–49.
3. Чухно А. Трансформаційні процеси у світі та ЗМІ // Журналістська педагогіка в контексті Болонського процесу. К., 2007. С. 245–249.
4. Чуприна Л. А. Оперативна інтернет-інформація як чинник розвитку інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек України (кінець XX – початок XXI ст.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.03. К., 2013. 24 с.
5. Яременко О. Операционный менеджмент. Харків: Фолио, 2002. 231 с.

Карандєєв Ростислав, *студент магістратури НАКККіМ*

ТЕМАТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВИ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

На початку XXI століття актуалізувалися питання щодо підвищення ролі та значення культури в становленні і розвитку держав. Культура виступає потужним засобом подолання негативних тенденцій в світі, слугує вагомим важелем у процесі встановлення миру.

Значення останньої беззаперечне в сучасному державотворенні, тому потребує предметного дослідження і міждисциплінарного зацікавлення. Держава і культура є тими взаємозалежними компонентами, які здатні інтегрувати всі життєво важливі для розвитку країни складові.

Культура постає об'єктом вивчення науковцями різноманітних галузей, так як процеси, які пов'язані з її розвитком, потребують певного синтезу політичних, економічних, соціологічних

культурологічних осмислень. Це обумовлено і тим, що раціональне використання культури в її широкому розумінні дає можливість створювати унікальний, неповторний образ держав.

На складності та суперечливості взаємовідносин культури і держави наголошує в своєму монографічному дослідженні «Держава і культура: онтологія теоретичного й історичного виміру» Василь Чернець. Автор зазначає, що саме культура як самодостатня система завжди відчуває тиск із боку держави. Остання, в свою чергу, не може розвиватися без вільного розвитку культури, яка, на думку автора, забезпечує її духовно-інтелектуальний потенціал економічного, політичного, соціального прогресу [2, 10].

Монографія Ольги Копієвської «Культурна функція держави в контексті національного державотворення» є в культурологічному знанні однією зі спроб осмислення предмету нашого дослідження. Авторка розкриває поняття та сутність культурної функції держави; визначає роль і значення культурної функції в державній культурній політиці; розкриває правові засади культурних прав та свобод людини, характеризуючи при цьому правовий вплив останніх на суспільні відносини у сфері культури. Окрема увага прикута до механізмів забезпечення культурної функції як в Україні, так і в світі [1].

Дослідниця акцентує увагу на тому, що культурна функція обов'язково повинна враховувати всі елементи, які визначають культурне життя: процес творення й творчості, завдання збереження культурної спадщини, поширення культури. На думку авторки, для того, щоб реалізація культурної функції відповідала сучасним вимогам цивілізаційного розвитку, між цими елементами повинна існувати рівновага; доступ до культури і її поширення неможливі без підтримки динамічного творчого початку, що розвивається під захистом закону [1, 22].

Слід наголосити, що більш активно у вітчизняному науковому дискурсі розглядається культурна політика держави (державна політика в сфері культури) (О. Гриценко, С. Дрожжина, О. Кравченко, В. Шестак). Науковці розглядають теоретичні, правові засади формування та реалізації культурної політики держави, її історичну перспективу, визначають пріоритетність і перспективність.

Вищеокреслене дає нам право констатувати, що культурна функція держави як об'єкт наукового дослідження потребує більш активної уваги як науковців, так і практиків. Актуальність культурної функції держави беззаперечна в силу тих активних трансформацій, які відбуваються у світі та в Україні. Для вітчизняної реальності на часі є вивчення світового досвіду з питань ефективного регулювання сферою культури.

Література:

1. Чернець В. Г. Держава і культура: онтологія теоретичного й історичного вимірах: монографія. К. : НАКККіМ, 2016. 552 с.

2. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в контексті національного державотворення: монографія. К. : НАКККіМ, 2010. 272 с.

Клюй Олександр, *студент магістратури НАКККіМ*

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ

В культурному просторі сучасної України все більшого поширення набувають фестивалі – у найрізноманітніших формах і масштабах. Повсякденна практика показує,що цьому поняттю людина здатна надавати зовсім різного значення залежно від індивідуальних інтересів, стилю життя та середовища спілкування. Однак зростання загальносоціального значення фестивального руху (що неминуче випливає з його поширення)породжує необхідність його наукового дослідження, визначення тенденцій розвитку та впровадження конструктивного підходу до організації. Складність дослідження обумовлена, по-перше, тематичною різноманітністю та кількістю фестивалів, по-друге, відсутністю їх загального документального обліку (оскільки не завжди фестивалі пов'язані з офіційними структурами), що залишає єдине постійне джерело – засоби

масової інформації, по-третє – відносною новизною даного явища в сучасній Україні (період суттєвого зростання кількості фестивалів починається приблизно з здобуттям незалежності). Але актуальність його не викликає сумнівів, оскільки правильна організація фестивалів, в тому числі за державної підтримки, дає можливість використати їх значний потенціал для вирішення проблем міжкультурної комунікації, кризи духовних цінностей, естетичного виховання молоді, організації дозвілля тощо.

Дослідження даної проблеми потребує всебічного вивчення. На сьогодні сутність фестивалю вивчена недостатньо, зокрема найбільшою мірою це торкається проблеми маркетингу фестивального проекту, його організації тощо. Також ще не було наукових праць, які б розглядали міжнародний музичний фестиваль як в Україні загалом, так і в окремо взятому регіоні у якості національно-культурного проекту, що сприяє європейській інтеграції, відродженню національної ідентичності та вихованню патріотизму.

На основі аналізу літератури та власного досвіду музичних фестивалів можна виокремити такі:

1. *За масштабом та географією*: місцеві; районні; обласні; регіональні; національні; міжнародні.

2. *За тривалістю*: короткострокові (від декількох днів до двох тижнів); середньострокові (від двох тижнів до одного місяця) і довгострокові (від одного місяця до року).

3. *За змістовим наповненням*: монографічні (присвячені музиці одного композитора, групи); тематичні (присвячені певній епосі, жанра або стилістичному напряму); фестивалі виконавського мистецтва (як професійної, так і самодіяльної творчості).

4. *За музичною спрямованістю*: фестивалі класичної музики;фестивалі електронної музики; джаз-фестивалі; рок-фестивалі; реп-фестивалі; транс-фестивалі; фестивалі змішаного типу та ін.

5. *За місцем проведення*: на відкритому просторі, в закритих приміщеннях.

Музичний фестиваль – це цикли концертів і спектаклів, що об’єднані загальною назвою, єдиною програмою та відбуваються в особливо урочистій обстановці. Музичний фестиваль передбачає огляд досягнень музичного мистецтва й може тривати декілька днів. Музичні фестивалі мають широкі комунікаційні можливості та сприяють взаємовпливу і взаємозбагаченню національних культур, пропаганді й зародженню нових музичних напрямів, розвиткові культурних зв’язків.

Музичні фестивалі значно впливають на розвиток світового музичного ринку, репрезентуючи найпопулярніших виконавців та музичні стилі, і, навпаки, збільшуючи й відроджуючи зацікавленість у менш популярних напрямах музики, таким чином формуючи попит і пропозицію в потенційного слухача й споживача. Музичний фестиваль потребує не тільки чіткої організації, але й правильно спланованої маркетингової стратегії. Визначальними факторами для успіху фестивалю є: репутація (якість, стиль); популярність; асоціювання фестивалю з певним глядачем.

Фестиваль належить до економічної категорії «послуг», а не «товарів». Оскільки «виробництво» фестивалю відбувається водночас із його «споживанням», глядач не може «спробувати продукт» – трохи подивитися, а потім купити квиток, тому організаторам фестивалів необхідно концентруватися на взаємовигідній взаємодії з цільовими сегментами, які обслуговуються.

Кожен музичний фестиваль має чіткі календарні терміни його проведення в певному географічному ареалі та культурному просторі. Концертні заходи влаштовуються з урахуванням таких обов’язкових елементів: регіону країни, міста з відповідною інфраструктурою, концертних залів тощо. Як культурна акція ці музичні форуми передбачають наявність власної аудиторії, на котру зорієнтована його художня концепція як модель стійкої, послідовної репертуарної політики. Власне художня ідея народжується на підґрунті вже усталених традицій,напрямів і форм музичного життя. Музичний фестиваль як специфічне для культури та мистецтва явище вирізняється особливою творчою атмосферою, націлений на залучення найкращих виконавських колективів і солістів. Його головне завдання полягає в популяризації національного (почастий зарубіжного) музичного продукту, водночас – внесенні свіжої барви в культурне життя держави,міста, створенні широкого діалогового поля для виконавців-професіоналів і слухацької аудиторії.

Організація музичних фестивалів в Україні – справа порівняно нова. Як масштабна подія фестиваль потребує ретельної організаційної підготовки,котра охоплює такі складові: відкриття,

закриття,проведення різних заходів (прес-конференцій,майстер-класів, наукових конференцій, творчих зустрічей), забезпечення концертних майданчиків, формування концертних програм, проведення концертів, розміщення колективів тощо. Здебільшого музичні фестивалі – низка концертів, що проводяться впродовж кількох днів, об'єднаних загальною концепцією (наприклад, «Музичні прем'єри сезону», «Київ-Музик-Фест» репрезентують нові опуси українських авторів, Форум музики молодих – твори молодих українських і зарубіжних композиторів, «Золотоверхий Київ» дає путівку вжиття хоровим творам українських композиторів різних епох і стилів).

Отже, фестиваль – це подія в музичному житті держави, він є апріорним мірилом рівня виконавського професіоналізму. На сучасному етапі музичні фестивалі – це складний шлях пошуку новаторських і творчих ідей, реалізації нетрадиційних рішень, розвитку інноваційних форм їх проведення, залучення нового слухача. Це зобов'язує організаторів до конкретного вивчення потреб музичного «ринку», концептуальних розробок, постійного моніторингу фестивальних процесів і вироблення націй основі нових маркетингових технологій. Статистика засвідчує, що в XXI ст. фестивальний рух,із одного боку, стає потужнішим, з іншого – переживає новий етап розвитку. Він демонструє високопрофесійну творчість композиторів, виконавців і музичних колективів, їхню взаємодію як нову систему комунікації, нову модель культурного життя,якою є музичний фестиваль. Фестивалі, незважаючи на труднощі організації, які успішно долають директори й організаційні комітети, мають важливе значення для збереження культурної спадщини української держави. Великі фестивальні проекти позитивно впливають на піднесення авторитету України в світі як держави, котра свято шанує свої традиції задля піднесення національної культури.

Література:

1. Давидовський К. Ю. Соціокультурні виміри міжнародного фестивального руху: за результатами IV міжнародного музичного фестивалю «Віртуози планети» // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. праць. 2011. Вип. XXVI. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum /Apі/2011_26/33.pdf (дата звернення : 27.09.2018).
2. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.
3. Меньшиков А. Фестиваль каксоциокультурный феномен современного театрального процесса : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01. М., 2004. 253 с.
4. Периль Б. В. Фестивальная практика: опытcase-study // Экология культуры: инф. бюл. 2002. № 3 (28). С. 24–73.

***Коваль Наталія**, студентка магістратури НАКККіМ*

МУЗЕЙНА КУЛЬТУРА МІСТА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Скарбницею людської історії і культури, думки і праці та осередком пізнання навколишнього світу є - музеї. Щоденно вони гостинно відчиняють свої двері перед десятками тисяч громадян України та іноземних туристів, які прагнуть ознайомитися з культурними надбаннями й мистецькими шедеврами. У музеях України зібрано і збережено все, що нам, українцям, дороге, що є гордістю нашого народу. І це закономірно, адже не вартий майбутнього той народ, який не цінує свого минулого [3].

Музеї відіграють важливу роль у культурно-просвітницьком ужитті регіону, є важливими туристичними пунктами, без яких не мислиться культурно-історичний напрям туристичної галузі Вінницької області. Головним завданням музеїв Вінниччини в наш час є їх інтеграція з європейським і світовим музейництвом, нові форми співпраці, обмін інформацією.

У нелегких умовах розбудови Української незалежної держави чи не найважливішу роль відіграють питання піднятя національної самосвідомості та історичної пам'яті, використання власної спадщини, відродження багатовікових традицій свого народу, що є свідченням прогресивного процесу формування здібності наукового осмислення історичного розвитку суспільства. В реалізації даних завдань суттєвим чинником виступають музеї України, в яких представлена вся матеріалізована історія українського народу. В Законі України "Про музеї та

музейну справу" прийнятому 29 червня 1995 року зазначалось, що "музеї, як культурно-освітні та науково-дослідні заклади, призначені не тільки для вивчення, збереження і використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, але і для залучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини". В музейних збірках нагромаджені унікальні творіння матеріальної і духовної культури народів, свідчення їх економічного, суспільно-політичного, науково-технічного і культурного розвитку. Вони становлять невід'ємну частину загальнолюдських цінностей, відображають ідеали поколінь, розповідають про різні періоди історії, видатних діячів держави, науки і культури [1, 8].

Сучасний стан соціально-економічного, громадсько-політичного та культурного розвитку суспільства зумовлює необхідність істотних змін у діяльності всіх традиційних закладів культури, уточнення їх місця і ролі в житті людини. У контексті трансформаційних процесів, що відбуваються у вітчизняній культурі, характерні зрушення сталися і в роботі музеїв, що все виразніше перетворюються, переважно, коли не виключно, з культосвітніх закладів на своєрідні центри соціально-культурної, в тому числі освітньо-виховної, діяльності [2].

У Барському районному історичному музеї зібрані речові, писемні, етнографічні пам’ятки Барської землі Поділля, які відображають історію та культуру краю за 8 тисяч років. Музей містить 10 основних експозицій, у яких відображена історія Барського краю, її видатних земляків, героїчні та трагічні сторінки життя і боротьби барчан [4, 1].

Для багатьох зустріч з музеєм відбувається у дитинстві і стає початком їх міцної дружби.

З метою залучення дітей та юнацтва, студентської молоді, яка небайдужа до історії та етнографії рідного краю створено клуб «Роксолана», заняття в якому проводять музейні працівники. На клубних зустрічах можна не тільки почути цікаві розповіді досвідчених фахівців, а й взяти участь у традиційних українських святах Святого Миколая, Різдва, навчитися розписувати великодні писанки, відтворювати традиційні українські іграшки-мотанки, помилуватися старовинним подільським народним вбранням та предметами побуту.

У музеї проводяться виставки та масові заходи до знаменних дат, історико-краєзнавчі конференції, вечори-зустрічі з відомими людьми: письменниками, художниками, краєзнавцями, ветеранами Другої світової війни та праці та з майстрами народної творчості.

Кожного року барчани та гості нашого міста мають нагоду взяти участь у традиційних музейних святах до Міжнародного Дня Музеїв, Дня Перемоги, Дня Незалежності України, Дня міста та різного роду фестивалів.

У сфері екскурсійного обслуговування, популяризації історико-культурної спадщини краю у музеї впроваджуються сучасні методи роботи з аудиторією, розширюється тематика екскурсій і заходів.

Серед нових напрямів діяльності поширені виїзні виставки, тематичні заходи, лекції та майстер-класи у навчальних закладах, установах міста та району. Таке заочне відвідування музею має свої переваги для певних категорій людей і робить ще один крок у напрямку до співпраці музею з усіма, хто бажає глибше пізнати минуле рідного краю.

Завданням музеїв є мінімізація наслідків глобальних процесів, що загрожують культурному розмаїттю, необхідність фіксації та збереження знань про культурні форми, що поступово зникають. Історичний шлях, що пройшли музеї, свідчить, що музейними засобами можливо вирішити багато культурних і суспільних проблем. Це справедливим є і для музейних установ України. Нові суспільні відносини, тенденції, що відстежуються в культурному житті світової спільноти, породжують велике розмаїття форм музейної роботи.

Нові напрямки діяльності музеїв, помітно збільшивши сферу їх впливу на суспільство, разом з тим вимагають і суттєвих змін в роботі самих музеїв. Йдеться, перш за все, про модернізацію та розвитокнових форм культурно-просвітницької та виставково-експозиційної діяльності [3, 19].

Тривалий час, обмежуючись функціями просвітництва, вітчизняні музеї сконцентровували свої зусилля переважно на інформаційно-пізнавальній діяльності. Розширення функцій цих закладів спонукає до пошуку нових напрямів та вдосконалення форм і методів роботи з аудиторією, що значно підвищує соціально-культурну роль музею у суспільстві, перетворює його на своєрідний осередок організацій культурного дозвілля, творчості і спілкування. Розширення напрямів роботи музею з аудиторією збагачує педагогічні можливості музею, поглиблює його виховний вплив на особистість [2].

Один із шляхів підвищення ефективності роботи музеїв полягає у включенні їх в інтеграційні процеси на зразок тих, що мають місце у практиці зарубіжжя: створення комплексів «музей-бібліотека», «музей-клуб», «музей-парк-кафе», «музей-театр» тощо, які мають єдине керівництво та спільну програму діяльності і покликані виконувати окрім суто культурних функцій, ще й певні соціальні. Подібна тенденція виявлена і в Україні: трансформація існуючих моделей закладів культури призводить до «творення культурно-дозвіллєвих комплексів, іноді із включенням в їх структуру музеїв [3].

Бурхливий розвиток інформаційних технологій, що базуються на використанні комп'ютерів та телекомунікаційних систем, спонукає музеї переходити до більш перспективних форм комунікації, втілювати сучасні засоби і методи інформатики у свою сферу діяльності, що дає значні переваги в роботі [5, 49-52]

Інтерактивні технології відкривають можливості креативним відеошоу, панорамним проекціям, віртуальним реальностям, аніматроніксам тощо [6, 111-117]. У музеях широко використовується сучасна технологія – голографія, об'ємне зображення предметів на фотопластинці (голограмі) за допомогою випромінювання лазера, внаслідок чого відвідувачі можуть ознайомитись з об'ємними зображеннями експонатів, які знаходяться в інших музейних колекціях, створюються виставки голографічних зображень. Значно збагатило комунікаційні можливості музею прийняття інноваційних рішень, застосування 3D-технологій. Впровадження у музейній галузі інтерактивних проекцій, 3D-зображень, 3D-сканувань дає можливість відтворити пам'ятку, місце її знаходження, ознайомити відвідувачів музею з соборами, храмами, іншими історичними будівлями, які були пошкоджені чи зруйновані. Інтерактивна проекція 3D-зображення людини в натуральну величину також стає популярною в музейному просторі.

Перспективним напрямом у розвитку музейництва є використання Інтернет-технологій, що відкривають великі можливості для комунікації музею з широкою аудиторією відвідувачів, ознайомлення їх з матеріальним і духовним культурним надбанням, розширення міжмузейних контактів, інтеграції у світове музейне співтовариство [7, 83-97].

Форми комунікації музею і суспільства визначаються специфікою музейних установ як центрів науки і культури з великим потенціалом не лише збереження культурної спадщини, але і розвитку духовних засад суспільства. Музейна комунікація спрямована на те, щоб музей став партнером для науковців у їх дослідженнях, змістовним співбесідником для молоді та цікавим місцем відпочинку для широкої громадськості. Сучасні суспільні виклики вимагають розвитку поряд із традиційними нових напрямів діяльності музею. Вітчизняні науковці (Копієвська О.Р.) наголошують на особливому значенні музейних культурних практик, які є унікальними репрезентантами культурної та історичної пам'яті і відображають політику національної пам'яті [8, 355]. Музейна педагогіка, новітні комунікаційні технології, інформатизація, маркетинг, підприємництво у роботі музею сприяють появі оригінальних комунікацій, які підносять роль музею як соціальної інституції, визначають його особливе місце у соціокультурному просторі сучасного суспільства.

Література:

1. Про музеї та музейну справу : Закон України від 29.06.1995 № 249/95-ВР // Урядовий кур'єр. 1995. 17 серпня. С. 8–9.
2. Бєлофастова Т. Ю. Педагогічні засади діяльності музею як соціально-культурного центру : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.06. К., 2003. 22 с.
3. Маньковська Р. В. Музеєзнавство в Україні. К., 2000. 140 с.
4. Барський районний історичний музей : путівник. Вінниця, 2014. 44 с.
5. Ноль Л. Я. Компьютерные технологии в музее : учебное пособие. М., 1999. 137 с.
6. Матт Г., Флатц Т., Льодерер Ю. Культура і гроші. Музей – підприємницька діяльність : практ. порадник. К., 2009. 173 с.
7. Наседкин К. А. Локальная сеть и Интернет в музее // Компьютеризация в музеях. М., 1997. 123 с.
8. Гураль Р. І. Основні напрямки розвитку інформаційної структури музеїв // Роль музеїв у культурному просторі України і світу. Дніпропетровськ, 2009. Вип. 11. С. 582–586.
9. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.

Ковтун Аліна, *студентка магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ (НА ПРИКЛАДІ ДИТЯЧИХ МИСТЕЦЬКИХ ШКІЛ)

Розвиток суспільства кожної країни безпосередньо залежить, від розвитку культури в цілому. Філософія, мистецтвознавство, психологія, культурологія, естетика, педагогіка і ще цілий ряд наук, які вивчають сутність культури. Культура виховує суспільство: відображає його історію, звичаї та традиції; звертає увагу на важливість суспільних відносин; допомагає засвоїти загальнолюдські й національні цінності, які становлять основу народних витоків усієї культури. Також мистецтво відіграє важливу роль у розкритті творчих здібностей людей, зміцнення громадського духу, пробуджує потребу суспільства пізнавати навколишнє середовище, спонукає митців до створення нових витворів мистецтва.

На сьогоднішній день важлива роль у сучасних державотворчих процесах належить культурно − мистецькій освіті, як специфічній освітній галузі. Реалізуються актуальні завдання збереження духовної спадщини народу, формується естетична культура особистості.

Аналіз проблем та багатовекторність культурно – мистецької освіти присутніу працях сучасних філософів: Ю. Л. Афанасьєва, В. А. Бітаєва, В. І. Мазепи, В. А. Личковаха, Л. Т. Левчук, О. І. Оніщенко, В. Г. Чернеця, С. І. Уланової. Це перш за все порушення проблем естетичного виховання, гуманізації особи, дослідження теоретичних аспектів мистецтва, культуротворчого і виховного потенціалу, розглядається розвиток духовної культури та світоглядної позиції особистості засобами мистецтва.

Також про вагому роль мистецтва та культоро − мистецької освіти у вдосконаленні особистості та формуванні її духовного потенціалу йдеться у роботах таких педагогічних дослідників: І. А. Зязюна, Г. М. Падалки, О. П. Рудницької, В. Ф. Орлова, О. М. Олексюк, О.П.Щолокової. Більшість цих робітприсвячені розробці методології мистецько-освітньої проблематики.

Вивчення історії мистецької освіти, проблем діяльності окремих видів культурно-мистецьких закладів, проблем підготовки кваліфікованих кадрів у сфері музичної, художньої, хореографічної, театральної освіти − саме такамистецько – освітня проблематика присутня уроботах С. М. Волкова, І. Ф. Ляшенка, О. Г. Майорової, О. І. Малозьомової, С. І. Нікуленко, О. В. Овчарук, Л. Д. Соколюк, Л. Л. Савицької, Р. Т. Шмагала, В. Д. Шульгіної, К. І. Шамаєвої.

Однак, в Україні помітно бракує досліджень, присвячених проблемам становленню і розвитку культурно − мистецької освіти, навіть попри значну увагу вчених до різних аспектів мистецько-освітньої проблематики.

На сьогоднішній день Україна прагне інтегруватися в європейський освітній простір, але ще не визначене місце культурно − мистецької освіти у системі Болонського процесу. Проведена реформа в 90-ті роки ХХ ст. (заміна структури, напрямів, спеціальностей, освітньо-кваліфікаційних рівнів) не була достатньо ефективною.

1992 рік – прийнято Закон України «Основи законодавства України про культуру», яким одним з пріоритетів державної політики в галузі культури визначено естетичне виховання дітей та юнацтва у закладах освіти незалежно від форм власності і підпорядкування, закріплено право громадян на спеціальну освіту в галузі культури, визначено порядок організації спеціальної освіти в галузі культури.

Початок децентралізації видатків та управління школами естетичного виховання та училищ культури і мистецтв, які віднесені до комунальної власності. 1991-1995 роки – кількість закладів початкової мистецької освіти (шкіл естетичного виховання: музичні, художні, хореографічні, мистецтв тощо) зростає до 7 %.

З 1993 року розпочинається тенденція з реорганізації музичних шкіл у школи мистецтв.

З 1996 року розпочинається скорочення чисельності шкіл естетичного виховання дітей.

2000 рік – введення в дію Закону України «Про позашкільну освіту», музичні, художні, хореографічні школи, школи мистецтв законодавчо входять до системи позашкільної освіти.

Розробляються основні нормативно-правові акти щодо діяльності музичних, художніх хореографічних шкіл, шкіл мистецтв.

2007 рік – з Державного бюджету виділено 10 млн. грн., які спрямовані окремою субвенцією на закупівлю народних музичних інструментів для комунальних мистецьких шкіл.

2011 рік – набуття чинності Законом України «Про культуру» (чинний і сьогодні), яким введено терміни «культурно-мистецька освіта», «заклад освіти сфери культури».

18 червня 2015 року – відбувається спільне засідання Комітетів Верховної Ради України з питань науки і освіти та з питань культури і духовності щодо законодавчого забезпечення мистецької освіти під час підготовки законопроекту «Про освіту». До урядового законопроекту «Про освіту» введено статтю «Мистецька освіта».

2016 рік – розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 лютого № 119 затверджено Довгострокову стратегію розвитку української культури – стратегії реформ, якою зокрема передбачено:

– створення системи моніторингу якості початкової мистецької освіти; створення системи грантової та іншої фінансової підтримки учнів/студентів спеціалізованих мистецьких навчальних закладів усіх рівнів;

– стимулювання розроблення програм інклюзивної мистецької освіти початкового рівня;

– сприяння внутрішнім та міжнародним академічним обмінам між закладами культурно − мистецької освіти з метою інтегрування до європейського мистецько-освітнього простору.

3 квітня 2017 року розпорядженням Кабінету Міністрів України № 275 затверджено середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік, одним з пріоритетів якого є модернізація змісту та умов надання мистецької освіти.

У рамках реалізації пріоритету Міністерством культури розроблено мінімальні стандарти забезпечення послугами мистецької освіти (частину «мінімального культурного кошика»); проект нових типових навчальних планів державних середніх спеціалізованих мистецьких шкіл (старша профільна школа) та Концепцію сучасної мистецької школи. Також з Державного бюджету виділено 10 млн. грн. для закупівлі для цих шкіл нових музичних інструментів і навчального обладнання та проведення першого етапу ремонтів навчальних приміщень.

28 вересня 2017 року набрав чинності Закон України «Про освіту» № 2145, який вперше в історії законодавства містить окремі норми щодо мистецької освіти. Законом введено науково-творчий ступінь доктора мистецтва та норми щодо його запровадження, мистецький напрям позашкільної освіти, терміни «мистецька освіта», «початкова мистецька освіта», «мистецька школа», «спеціалізована мистецька школа-інтернат», «мистецький коледж», а також особливі умови атестації педагогічних працівників, провадження освітнього процесу в закладах мистецької освіти, розроблення стандартів початкової, профільної та фахової передвищої освіти.

Аналізуючи сучасний стан культурно-мистецької освіти, вітчизняні науковці, зокрема Ольга Копієвська зазначає, що реалії сьогодення характеризуються зниженням статусу та престижу культурно-мистецьких професій. Навчальні заклади, які готують фахівців для культурно-мистецької сфери, стикаються з такими проблемами, як: уніфікація спеціалізації; недостатній рівень матеріально-технічної бази; незначна кількість державного замовлення; невизначеність у подальшому працевлаштуванні випускників [8, с.375].

Головними проблемами забезпечення розвитку культурно – мистецької галузі є недостатня скоординованість діяльності окремих культурно – освітніх установ та напрямів їх роботи, недостатня фінансове забезпечення та матеріальна база, слабке використання світового досвіду культурологічних досліджень та наукового методичного забезпечення культурної політики, слабкі контакти із зарубіжними дослідниками та науковцями.

Література:

1. Мистецька освіта відтепер окремо включена в новий Закон України «Про освіту». URL : https://tverezo. info/ post/23086 (дата звернення : 20.10.2018).

2. Культурно-мистецька освіта як складова художнього простору XXI століття : матеріали Міжнар.наук.-творч.конф. 2014 рік. Київ: НАКККіМ, 2014. 256 с.

3. Сідлецька Т. І. Становлення і розвиток мистецької освіти в Україні. URL : http://ir.lib.vntu.edu.ua (дата звернення : 23.10.2018).
4. Культурно – мистецька освіта на сучасному етапі: прагнення, виклики та перспективи : матеріали Міжнародної наукової конференції. К., 2017.
5. Міністерство культури України. URL : http://mincult.kmu.gov.ua (дата звернення : 29.10.2018).
6. Конституція України : офіц. текст. К. : КМ, 2013. 96 с.
7. Про освіту: Закон України // Відомості Верховної Ради. 2017. № 38-39. Ст. 380.
8. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.

Колеснікова Ольга, *студентка магістратури КНУКіМ*

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Сьогодні серіали, кіно, медіа і віртуальний простір у цілому можна назвати невід'ємною частиною повсякденного життя кожної людини. Рекламу кожний з нас бачить щодня, і за день може побачити десятки бігбордів, почути оголошення на радіо, побачити банери в інтернеті, або відеоролики у соціальних мережах чи телебаченні. Частіше за все, людина навіть на замислюється, який підтекст у собі несе те чи інше рекламне повідомлення.

Питання впливу віртуального простору почало поставати дуже часто останнім часом, при чому не тільки у працях дослідників, але й багатьох журналістів та блогерів. Щодо науковців, то найбільш повно ця проблема висвітлена в працях А. Бандури, К. Андерсона, Д. Зільмана, Ж.Бодрійяра, Г. Рейнгольда, тощо. Серед українських вчених можна назвати: Г. Почепцова, Д.Іванова, Л. Скворцова, М. Козловець, Ю, Мєлкова. Питання гендеру, гендерної рівності розглядали: М. Тучіо, Г. Феррант, Д. Куомо, М. Джекмен, М. Сентер, М. Кіммел та вітчизняні дослідники: В. Кравець, Т. Говорун, О. Плахотнік, Т. Марценюк, О. Кісь, Т. Бурейчак.

Поява та розвиток інформаційних технологій, специфічних засобів масової комунікації змінили світосприйняття людини, визначили формування нового типу простору – віртуального. Аналіз наукових джерел і публікацій говорить про те, що на сьогоднішній день співіснують різноманітні й досить суперечливі точки зору на природу та сутність сучасного віртуального простору. Концептуальні протиріччя у його розумінні, що створює ситуацію невизначеності, яка ускладнює вивчення й усвідомлення феномену.

Прийняття жорстких стереотипів про соціальні ролі жінок і чоловіків має наслідки для дитини, підлітка, а також у дорослому житті людини. Незважаючи на те, що відповідність ґендерній ролі може давати комфорт та впевненість у суспільстві, це також може заганяти професійний та інтелектуальний потенціал дитини в рамки, не даючи розвитку. Наприклад, гендерні стереотипи є основним джерелом гендерної диспропорції у таких галузях, як: наука, техніка, машинобудування та математика. До того ж, стереотипи, що нав'язують красу та сексуальність дівчатам призводить до фізичних та психологічних проблем, а ризикована поведінка та агресія – до неконтрольованої поведінки хлопців, що у майбутньому може призвести до насилля.

Медіа також нав'язують підліткам те, як вони мають себе вести в романтичних та сексуальних стосунках, і подібні поради занадто стеріотипізовані. Наприклад, демонструючи романтичні фільми, дітей вчать, що справжнє кохання – з першого погляду, а стосунки мають бути ідеально романтичними. Щодо сексуальної поведінки, для хлопців є прийнятним дивитися на жінку як на сексуальних об'єкт і використовувати її без емоційної прив'язки, або будь-яких зобов'язань. У той же час, для жінок основною моделлю поведінки є покірливість, використання своєї зовнішності для привертання уваги чоловіків. У пріоритеті – емоційна прив'язка, і пасивна сексуальна поведінка. Подібні знання підлітки бачать і чують у телевізійних програмах, кіно, серіалах.

Нью-Йоркська кіноакадемія нещодавно випустила дослідження щодо гендерної нерівності у фільмах, аналізуючи більше 900 найуспішніших фільмів, випущених у період з 2007 по 2018 рік. Вони отримали наступні результати: 30.5% персонажів, що мають діалоги у фільмі – жінки; 25.9% жінок були вдягнуті у відвертий одяг, на противагу 5.7% чоловіків; 25.6% жінок були зображені оголеними, або частково оголеними, у чоловіків показник лише 9.2%. Лише 12% фільмів мають збалансований акторський склад, де кількість чоловіків та жінок приблизно однакова; у середньому на 1 акторку приходиться 2-3 актора. Дослідники Нью-Йоркської кіноакадемії також проаналізували нерівність у сценаріях тисячі фільмів за 2017 рік: чоловіки мали більше 37 000 діалогів, жінки – 15 000; чоловічих персонажів майже 4900, жіночих – 2000; чоловіків-сценаристів у 7 раз більше, ніж жінок-сценаристів. Подібна ситуація й у складі команди, яка працює за кулісами: на 1 жінку припадає 5 чоловіків. 89% режисерів – чоловіки, лише 11% жінки, у сценаристів аналогічне відсоткове співвідношення; випускаючих продюсерів чоловіків 81%, жінок – 19%; продюсерів чоловіків 75%, жінок – 25%; монтажерів 84% чоловіків і 16% жінок; операторів 96% чоловіків і лише 4% жінок.

Таким чином, можемо зазначити, що стереотипи мають тенденцію швидко засвоюватись, досить в ранньому віці і змінювати їх дуже складно. Гендерні стереотипи є найсильнішими і приймаються обома статями однаково. Поширенню та затвердженню стереотипів у масовій свідомості потужно сприяє сучасний віртуальний простір.

Коломієць Юлія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ЕСТЕТИЧНИЙ РОЗВИТОК ДІТЕЙ ТА ЮНАЦТВА ЯК ВИХОВНИЙ ФЕНОМЕН

Сприйняття і розуміння прекрасного починається у дитинстві. «Все прекрасне, що існує в навколишньому світі і створене – людиною для інших людей, повинно доторкнутися до серця дитини і облагородити його», – стверджував В. Сухомлинський.

Перші кроки у безмежному, складному і загадковому світі дитина робить у дошкільному віці. За словами Януша Корчака, вона прагне створити у ньому свій світ дитинства, добра і краси, своєрідний мікрокосм реального світу. Дорослий допомагає їй знайти, відчути і зрозуміти красу поезії, музики, живопису, а через мистецтво глибше усвідомити все, що її оточує: природу, предмети, працю людини і її духовні надбання.

Естетичне (грец. aisthetikos – почуттєвий) виховання – послідовне формування у дітей естетичного ставлення до життя, розвиток сприймання і розуміння прекрасного у мистецтві, природі, взаєминах людей, художніх потреб і здатності до художньої творчості.

Основою, на якій здійснюється естетичне виховання є певний рівень художньо-естетичної культури особистості, її здатності до естетичного освоєння дійсності. Цей рівень виявляється як у розвитку всіх компонентів естетичної свідомості (почуттів, поглядів, переживань, оцінок, смаків, потреб та ідеалів), так і в розвитку умінь і навичок активної перетворюючої діяльності у мистецтві, праці, побуті людських взаєминах. Формування у школярів певної системи художніх уявлень, поглядів, які зможуть допомогти їм виробити в собі дійові критерії естетичних цінностей, готовність та уміння вносити елементи прекрасного у своє життя, починається із сприймання оточуючого.

Філософською основою теорії естетичного виховання є естетика, яка своїм предметом має дослідження чуттєвої культури людини.

Естетика – наука про загальні закономірності художнього освоєння дійсності людиною, суть і форми відображення дійсності й перетворення життя за законами краси.

У своїх пошуках і відкриттях дитина спирається на такі поняття, як прекрасне – довершене за формою і змістом; потворне – антипод прекрасного (виродливе, нице, огидне); досконале – довершене, витончене, сповнене позитивних якостей; гармонія – досконале поєднання всіх елементів; міра – співвідношення кількісних і якісних ознак предмета; цінність – значущість, якої люди надають речам і явищам і яка є основою ставлення до них. Усі ці феномени тісно пов'язані з моральністю, оскільки прекрасним, досконалим, гармонійним є те, що характеризує красу

людини, її працю і результати цієї праці, взаємини інших людей. Саме у цих своїх виявах прекрасне становить цінність для людини.

Предметна сфера естетики як науки (природа естетичного, художнього таланту, художньої творчості особистості) окреслює мету, завдання, зміст естетичного виховання особистості, критерії оцінки її естетичного розвитку.

Будучи спрямованим на формування творчої особистості, здатної адекватно сприймати прекрасне і потворне, наділеної чуттям міри у творенні художніх цінностей, естетичне виховання передбачає розвиток почуттєвої сфери особистості, з якою тісно пов'язаний її моральний світ. Квінтесенцією (сутністю) його є естетичний розвиток людини.

Естети́чневихова́ння – це процес формування цілісного сприйняття і правильного розуміння прекрасного у мистецтві та дійсності; здатність до творчого самовиявлення притаманна людині. Однак ця здатність вимагає свідомого, цілеспрямованого, планомірного і систематичного розвитку.

Завданням естетичного виховання є не тільки розширення художнього сприймання, списку прочитаних книг, почутих музичних творів, а й організація людських почуттів, духовного росту особистості, регуляція і корекція поведінки.

Естетичне виховання проникає в усі сфери дитячого життя, воно забезпечується всіма ланками виховання і використовує багатство і різноманітність його засобів. Усе це дає право вважати головним принципом естетичного виховання принцип все загальності естетичного виховання і художньої освіти.

Педагогіка визначає естетичне виховання як розвиток здібності сприймати, відчувати, розуміти прекрасне у житті й у мистецтві, як виховання прагнення самому брати участь у перетворенні навколишнього світу за законами краси, як долучення до художньої роботи і розвиток творчих здібностей.

Естетичне виховання включає:

- знання законів, якими створюються твори мистецтва;
- виховання у дитини бажання пізнати світ прекрасного;
- розвиток творчих здібностей.

Завдання естетичного виховання:

- виховувати в дітей бажання дізнатися світ прекрасного.
- виховувати художній смак, вміти оцінювати, висловлювати свою думку.
- виховувати естетику поведінки.
- розвивати художню творчість у дітей: вміти співати, малювати, ліпити, читати вірші та інше.

Основні засоби естетичного виховання:

- навколишня дійсність
- природа.
- заняття: музика, образотворча діяльність, розвиток мовлення.
- естетика побуту.

Нині естетичне виховання розуміється у широкому плані, тобто поруч з мистецтвом до нього залучають естетичне виховання засобами дійсності та всіма формами життєдіяльності людини.

Метою естетичного виховання є високий рівень естетичної культури особистості, її здатність до естетичного освоєння дійсності. Естетична культура – сформованість у дитини естетичних знань, смаків, ідеалів, здібностей до естетичного сприймання явищ дійсності, творів мистецтва, потреба вносити прекрасне в оточуючий світ, оберігати природну красу.

Її рівень виявляється як у розвитку всіх компонентів естетичної свідомості (почуттів, поглядів, переживань, смаків, потреб, ідеалів), так і в розвитку умінь і навичок активної перетворюючої діяльності у мистецтві, праці, побуті, людських взаєминах. Естетична свідомість – форма суспільної свідомості, яка є художньо-емоційним освоєнням дійсності через естетичні сприйняття, почуття, судження, смаки, ідеали і виражається в естетичних поглядах та мистецькій творчості.

Найважливішим завданням естетичного виховання є формування і розвиток естетичного сприйняття, яке складає основу естетичного почуття.

Зміст естетичного виховання конкретизується у програмах з літератури, музики, образотворчого мистецтва, основ наук, у різних самодіяльних об'єднаннях учнів (хори, оркестри, ансамблі, літературні, драматичні, хореографічні гуртки, кіно- і фотогуртки), у роботі студій (художніх, спортивних тощо), під час факультативних занять з етики, естетики, різних видів художньої творчості, історії мистецтва тощо.

Джерелами естетичного виховання є художня література, музика, образотворче, театральне мистецтво, кіно, природа, естетика шкільних приміщень, зовнішній вигляд учителів та учнів, взаємини між учнями і вчителями та ін.

В естетичному вихованні учнів величезне значення має особистість педагога. Його поведінка, одяг, осанка, рухи, міміка, голос, тон – все це має бути взірцем для учнів. Показники естетичної вихованості учнів – це і їх зовнішній вигляд, манера поводитися, розмовляти, вигляд їхніх підручників, зошитів тощо.

Естетичне виховання є багатогранним процесом, основу якого складають такі напрями:

1. Життя і діяльність дитини в сім'ї. Тут формуються основи естетичних смаків, почуттів, на що впливають організація побуту в оселі, одяг, взаємини в сім'ї, оцінювання старшими краси предметів, явищ, безпосередня участь в естетичній діяльності тощо.

2. Виховна діяльність дошкільних закладів. Здійснюється через естетику побуту, систему спеціальних занять (музика, образотворче мистецтво, танці, ігри тощо).

3. Навчально-виховна діяльність загальноосвітніх закладів. Передбачає залучення учнів до оволодіння змістом навчальних дисциплін (мови, літератури, історії, предметів природничого циклу, музики, образотворчого мистецтва), позакласної виховної роботи (танцювальні гуртки, хорові колективи, студії образотворчого мистецтва та ін.). У школах створюють спеціалізовані гуманітарно-естетичні класи, що сприяє естетичному розвитку учнів.

4. Навчально-виховна робота позашкільних дитячих виховних закладів (будинки і палаци дитячої та юнацької творчості, студії, дитячі музичні та художні школи тощо). Діяльність спрямована на задоволення інтересів, розвиток здібностей дітей, залучення їх до активної естетичної діяльності.

5. Діяльність професійних навчально-виховних закладів. Навчаючись у них, майбутні фахівці отримують естетичні знання, беруть участь у діяльності мистецьких аматорських колективів, набувають вмінь естетичної діяльності.

6. Вплив засобів масової інформації. Діяльність їх поєднує елементи багатьох видів мистецтва. Проте засилля в них «масової культури» ускладнює процес формування здорових естетичних смаків, потребує копіткої роботи вихователів, батьків, випереджуючого формування високих естетичних потреб, смаків, не сприйняття потворного.

Отже, естетичне виховання – це організація життя і діяльності дітей, що сприяє розвитку естетичних почуттів дитини, формуванню уявлень і знань про прекрасне в житті і мистецтві, естетичних оцінок і естетичного ставлення до світу. Естетичне виховання сприяє формуванню моральності людини, розширює її знання про світ.

Література:

1. Естетика : навч. посібник / Л. Т. Левчук, Д. Ю. Кучерюк, В. І. Панченко, М. Ю. Русин. Київ: Вища шк., 1991.
2. Виноградова Н. А., Микляева Н. В., Микляева Ю. В. Дошкольная педагогика. М. : Юрайт, 2017. 411 с.
3. Естетичний розвиток і естетичне виховання (реферат з педагогіки). URL : http://www.ebk.net.ua/Book/synopsis/pedagogika/part1/012.htm (дата звернення : 25.08.2018).
4. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.
5. Сухомлинський В. О. Серце віддаю дітям. К., 1986.

Корнійчук Надія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ КЛУБНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Важливими умовами якісної та ефективної діяльності будь-якої сфери, особливо соціально-культурної, виступають її розвиток, вдосконалення та інноватизація. Сучасний етап розвитку української культури пов'язаний із модернізацією мережі закладів клубного типу, зокрема, сільських будинків культури. Модернізація – процес оновлення цільового призначення, функцій та структури традиційних клубних закладів, що відповідає сучасним тенденціям оновлення соціально-культурних форм та новому способу життя українського суспільства.

Процес інституціоналізації українського суспільства супроводжується створенням нових та модернізацією наявних соціально-культурних організацій. Зміна суспільного ладу, політичної та економічної систем стають поштовхом до виникнення нових потреб.

Особливого значення набуває дослідження організації вільного часу, що створює передумови для задоволення і розвитку дозвіллєвих потреб. Сьогоднішній клуб у його «традиційному» форматі можна вважати архаїчним, адже у своїй діяльності він використовує застарілі форми та методи роботи. Тому, досить важливим є визначення перспектив його розвитку та створення інноваційної моделі роботи.

Українська дослідниця Копієвська О.Р. вважає, що інновації повинні стати невід'ємною складовою діяльності закладу культури, оскільки в них є потужний потенціал для розвитку багатьох необхідних для суспільства рішень. Якщо технічні інновації і їх результативність можна визначити конкретними показниками, то результативність культурних інновацій, які посідають значне місце в сучасному світі, визначити складно. Інновація має стати основою стратегічного розвитку закладу культури [1, 385].

У теорії та практиці клубної діяльності часто вживаний термін «модель клубу» не має однозначного формулювання. На нашу думку, це поняття охоплює системну структуру змістових елементів клубу, які розкривають його як цілісний об'єкт, відображаючи діяльність розвитку клубного закладу в контексті розвитку суспільства.

Значення поняття «модель» походить від французького «module», що перекладається як зразок, приклад для наслідування, зразковий, показовий та латинського «modulus», що означає міра, положення, спосіб, метод, правило, аналог, зразок. Але найчастіше використовується у таких значеннях: «спосіб», «різновид», «вид» чогось; властивість предмету, притаманна йому лише в окремих станах, на відміну від атрибута як невід'ємної властивості предмета; зразок будь-якого виробу, «взірцевий примірник чогось; тип, марка конструкції; зразок, з якого знімається форма для відливання або відтворення в іншому матеріалі; схема для пояснення якогось предмета, явища або процесу в природі та суспільстві» [2, 381].

Моделювання доцільно використовувати у тих випадках, коли необхідно вивчити властивості досліджуваного предмета; при цьому враховується лише схожість, а не тотожність моделі й оригіналу. У протилежному випадку дослідженню загрожує абсолютизація, яка викривлює об'ктивний стан об'єкта і перешкоджає досягненню наукової істини [3, 87-88].

У сучасних наукових дослідженнях та розробках моделювання постає як метод пізнання певних об'єктів за допомогою відтворення їх основних характеристик та особливостей. Затребуваність методу моделювання обумовлена зростаючою необхідністю удосконалення наявних соціально-культурних об'єктів, подолання ускладнень, пов'язаних із проектуванням та прогнозуванням, усуненням негативних соціальних наслідків. У науковій практиці виокремлюють предметне моделювання, яке «передбачає створення моделей, що відображають просторово-часові, функціональні, структурні та інші якості оригіналу (конкретно-наукові моделі)» [3, 86].

Зважаючи на множинність і специфічність проблем, що потребують вирішення, процес створення й розробки моделі має відповідати таким принципам побудови:

- адекватності, що передбачає врахування найважливіших якостей, зв'язків та характеристик обраного об'єкта;

- точності, що передбачає ступінь співвідношення отриманих у процесі моделювання результатів із раніше встановленими та бажаними;

- універсальності, тобто можливості застосування розробленої моделі для аналізу однотипних систем або об'єктів в однаковому режимі функціонування;

- оптимальній економічності, тобто підтвердженні точності отриманих результатів тим витратам, що необхідні для реалізації процесу моделювання.

Доцільною для українського культурного простору є розробка функціональної моделі як такої, що покликана вивчити особливості функціонування клубу як системи та шляхи удосконалення його роботи як культурного закладу. Вибір функціональної моделі ґрунтується на виокремленні у клубній системі істотних чинників, від удосконалення яких залежить оптимізація роботи установи як закладу культури та усунення тих складових, які є другорядними й не сприяють реалізації сформульованих нами завдань.

Так, функціональна модель клубу, відображаючи комплекс соціальних (зовнішніх) та змістових (внутрішніх) функцій, дозволяє проаналізувати множинність та розгалужений характер їх взаємозв'язків, вплив навколишнього середовища та суспільних процесів на роботу закладу та її якість, виокремлення тих чинників, що визначають динаміку цього процесу. Розробка інноваційної моделі клубу дозволяє не лише отримати нову інформацію про поведінку об'єкта, але виявити закономірності й принципи клубної діяльності, його функціональну специфіку та структурно-типологічні особливості, які неможливо розкрити, застосовуючи інші форми аналізу.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.

2. Модель // Латинсько-український словник / М. Трофимчук, О. Трофимчук; Львівська Богословська Академія; Ін-т неолатиністики. Львів : 2001. С. 381.

3. Социальные технологии : Толковый словарь / ред. В. Н. Иванов. Москва-Белгород: Луч-Центр социальных технологий, 1995. 309 с.

Костін Роман, *студент магістратури НАКККіМ*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФЕСТИВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМАТИКА ДИТЯЧИХ МИСТЕЦЬКИХ ПРОЕКТІВ

В період активних змін в українському суспільстві, перебудови державного і політичного устрою та впровадження процесів децентралізації в Україні розпочався активний розвиток фестивальної сфери та відбулося стрімке збільшення кількості фестивальних проектів. Посилення ролі демократії в механізмах управління державою, зокрема і в культурно-мистецькому секторі, дало змогу активістам громадського культурного життя створювати незалежні культурно-мистецькі заходи. Такі зміни в державній політиці спричинили сплеск в сфері креативних індустрій, проте – мали і негативні наслідки для певних спрямувань фестивальної діяльності в Україні.

За визначенням «Фестиваль» - це масове свято, на якому демонструються досягнення певного виду мистецтва [1, 580]. За своєю сутністю фестивальна сфера є невід'ємним складовим елементом креативних індустрій. Офіційне державне визнання креативних індустрій відбулося лише в червні 2018 року [2, 257], коли було внесено зміни [3, 1], до чинного законодавства. Саме тоді Верховна Рада України внесла зміни до Закону України «Про культуру» та на державному рівні визначила, що креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості [4, 1]. З цього часу фестивальні проекти перестали бути просто розвагою для громади, а офіційно стали частиною креативної економіки. За даними досліджень Європейської бізнес асоціації з відкрити джерел відомо, що в 2017 році в Україні у сферах

креативної економіки працювало близько 470 тис. осіб, які принесли державі прибуток у 105 млрд. грн., що становить собою 4,4% від ВВП [5].

Зрозумівши, що культурні індустрії можуть бути прибутковими, в Україні останніми роками було започатковано чимало масштабних фестивальних проектів різного спрямування. За даними Європейської бізнес асоціації у 2017 році в Україні до організації фестивальних заходів було залучено більше 10 тис. осіб, які принесли державі прибуток у 700 млн. грн [5]. Щороку фестивальний рух в Україні набирає обертів. Лише в столиці за декілька років в країні з'явились такі відомі проекти, як : MadeinUkraine, «Всі.Свої», «Кураж Базар», AtlasWeekend,Upark та інші. Відвідуваність цих заходів сягає мільйонних показників. Це говорить про те, що комерціалізація креативного сектору провокує організаторів до створення якісного культурного продукту, який користуватиметься попитом серед населення.

Розмаїття фестивальних заходів говорить про їх великий попит серед громадян. За своїм тематичним спрямуванням фестивалі бувають етнічні, гастрономічні, музичні, театрально-видовищні, спортивні, фестивалі-виставки, модні покази, фестивалі-конкурси та інші.

Особливу зацікавленість для дослідження викликає сфера дитячих мистецьких фестивалів та конкурсів. Разом із загальним розвитком креативного сектору в Україні вражаючими темпами почали з'являтись фестивалі та конкурси дитячої та юнацької творчості. Одним із факторів такого стрімкого виникнення цих заходів стала саме комерціалізація сфери дитячих мистецьких конкурсів. Зріст кількості фестивалів та конкурсів дитячої та юнацької творчості призвів до негативних наслідків, адже організатори, в бажанні отримати якнайбільший прибуток, стали нехтувати усіма методологічними засадами та ігнорувати загальноприйняті сталі норми та правила мистецьких конкурсів. В Україні виникли десятки «корпорацій», в яких кількісні показники проведення іноді сягають до 100 фестивалів та конкурсів за рік. Жага до прибутку підштовхує організаторів проводити проекти у непристосованих для цього місцях, як то спортивні зали, фойє торгівельних центрів тощо. Із серйозних мистецьких проектів конкурси перетворились у заходи, які іноді виглядають, як псевдо-розважальні фрік-шоу із видуманими титулами і званнями, які не мають нічого спільного із справжнім мистецтвом. Значно знизився професійний рівень журі конкурсів, адже справжні професійні діячі культури ігнорують такі заходи, тому організатори стали залучати до роботи в складі журі «*начальників департаменту інженерних споруд та містобудування*» і «*старшого клінінг-менеджера*», як представників від спонсора. Але найбільше занепокоєння викликає підхід до оцінювання учасників. Організатори таких конкурсів, борючись із конкуренцією, стали широко застосовувати практику вручення нагород всім учасникам, незалежно від показників виступу. В таких випадках часто володарями однієї премії може бути одразу 10-15 учасників. Сплативши «благодійний внесок», учасник автоматично стає лауреатом призового місця. Такий підхід до вручення нагород в абсолютній мірі знівелював раніше почесні статуси лауреатів всеукраїнських або міжнародних конкурсів.

Крім того, такий підхід до оцінювання часто призводить до синдрому «*невизнаної зірковості*». Трапляються непоодинокі випадки, коли дитина, наприклад, взявши участь у 10 подібних конкурсах та ставши на них переможцем, бере участь в справжньому професійному проекті, де виявляється, що її рівень отримує найменші оцінки. Це може призвести до серйозних психологічних травм, адже в дитини на цей момент вже сформульовано спотворене сприйняття професійності та майстерності рівня виконавського мистецтва. В той же час батьки та викладачі, посилаючись на попередні досягнення та нагороди, апелюють до організаторів та журі, адже абсолютно впевнені, що саме їх дитина найкраща.

Існування та масштабна діяльність таких проектів, географія яких з великою швидкістю розбіглась по всій Україні, призвела до зміни загального сприйняття таких заходів суспільством. Такі процеси можна назвати своєрідним «культурно-мистецьким демпінгом», коли велика кількість неякісного масового культурного продукту витісняє з культурного простору країни достойні проекти з багаторічною історією. Одним з таких прикладів є Міжнародний конкурс піаністів пам'яті В.Горовіца [6], який з 1995 року проводився в Україні. Спочатку проведення конкурсу декілька разів переносилось, а згодом і взагалі було оголошено про можливість закриття проекту. Це може завдати

удару по культурній сфері країни, адже конкурс Горовіца єдиний з України, який входить до переліку Всесвітньої федерації міжнародних конкурсів.

Непрофесійність організаторів, їх необізнаність у сферах мистецької діяльності та активна комерціалізація дитячих та юнацьких творчих проектів вже зараз призвела до значного падіння рівня культурно-мистецьких фестивальних проектів. На мою думку, в Україні повинен бути започаткований певний контроль за подібними проектами. Необхідно ввести чіткий ієрархічний поділ на категорії, відповідно яким культурно-мистецьким проектам може надаватись певний статус.

Література:

1. Словник української мови : в 11 т. Т. 10. К. : Наукова думка, 1979. 658 с.
2. Відомості Верховної Ради. 2018. № 34. С. 257.
3. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «Креативні індустрії»№ 2458-VIII. URL : zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19/card3/sp:max10 (дата звернення : 23.09.2018).
4. Про культури : Закон України від 14 грудня 2010 року № 2778-VI . URL : zakon4.rada.gov.ua/ laws/show/2778-17/ed20141026 (дата звернення : 23.09.2018).
5. Кривенко Т. Економіка фестивалів: заробітки організаторів на користь державі. URL :https://hromadske.ua/posts/ekonomika-festyvaliv (дата звернення : 23.09.2018).
6. Новохатько Л. Когда страна «уходит» с карты мира. Культурной // День : Газета. 2015. № 184.
7. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра культурології :спец. 26.00.06. К., 2018. 35 с.
8. Дячук В. П. Інноваційні підходи культурно-дозвіллєвої діяльності в медійну епоху // Креативні індустрії в сучасному культурному просторі : зб. матеріалів Міжнародної наук.-практ. конф. К. : НАКККіМ, 2016. С. 57–62.

Котляренко Євгенія, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту
та індустрії дозвілля КНУКіМ

ВИКОРИСТАННЯ ПОНЯТТЯ «EVENT» У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

У сучасному суспільстві поняття «event» має неабияку популярність, хоча його змістове насичення характеризується величезною кількістю визначень та формулювань.

Проте, поняття «івент» в україномовних етимологічних словниках відсутнє, хоча у вітчизняній соціокультурній практиці використовується доволі потужно.

Саме слово «івент» походить від англійського «event», яке у перекладі означає «подія». У науці існує декілька визначень цього поняття. Зокрема, Д. Голдблатт розглядає івент як «унікальний відрізок часу, що проводиться із використанням ритуалів і церемоній для задоволення особистих потреб». Натомість, Р. Ф. Джані, один із керівників парку розваг Уолта Діснея, описує івент як «те, що відрізняється від життя». А от О. Шумович, директор компанії «Eventum» вважає, що івент є «видом людської діяльності, який передбачає зустріч і взаємодію різних людей, обмежений у часі та пов'язаний із реалізацією будь-яких спільних цілей» [1, 2].

На нашу думку, івент – це запланована подія, що відбувається в певному місці, за певним часом та із певною метою.

Загалом, івенти можна класифікувати на такі напрями: політичні, корпоративні, соціальні, культурні, спортивні. До політичних івентів належать мітинги, демонстрації, зустрічі із виборцями, інавгурація президента тощо. Корпоративні заходи ініціюються представниками бізнесових кіл, серед подій переважають тренінги, виставки, презентації продукту, корпоративні вечірки тощо. До складу соціальних івентів належить проекти, що мають на меті збір коштів на благочинні потреби,

фандрайзингові акції тощо. Культурницькі івенти охоплюють концерти, фестивалі, мистецькі виставки. Спортивними івентами ми можемо назвати змагання, олімпіади, спортивні ігри тощо.

Не зважаючи на змістову специфіку, усі івент-напрями мають декілька спільних ознак, серед яких маємо вказати на такі як винятковість, активність, якість.

Винятковість полягає у тому, що будь-який івент характеризується своїм стилем, тематикою, метою, тому доволі рідко ми можемо спостерігати ідентичні один одному заходи. Активність зводиться до того, що усі заходи, пов'язані з івент-організацією, спрямовані на активну, а не пасивну позицію споживача. Якість є основною вимогою, що висувається до будь-якого івенту, адже від якісності послуг залежить думка аудиторії та подальший розвиток тієї чи іншої івент-компанії.

Івент має на меті перетворення заходу шляхом допоміжних засобів у щось абсолютно індивідуальне з точки зору відвідувачів. Відвідувач будь-якого івенту є одним із основних (і найголовніших) критиків його якості. На думку О. Назарова, «людині потрібно запропонувати щось таке, чого немає ні в кого іншого» [1]. Безперечно, будь-яка подія, дарує безліч емоцій, відпочинок та моральне розвантаження після насиченого робочого повсякдення.

Отже, в Україні поняття «івенту» як наукова категорія відсутнє, хоча у вітчизняній практиці івент-менеджери використовуються його вже більше двадцяти років. На нашу думку, івент є святом, що демонструє аудиторії справжні враження, які не можливо передати через засоби масової інформації, друковані видання чи Інтернет-портали.

Література:

1. Хіврич С. Івент крок за кроком / Етапи підготовки та реалізації події, оцінка ефективності дій. URL : http://ukr.art-imxo.com.ua/article/event-krok-za-krokom-chastyna-1.html. (дата звертання :15.11.2018).

2. Шешенин А. Дорога в индустрию впечатлений. М. : Психология, 2015. С. 3-6.

Кофанова Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

ТЕОРІЯ EVENT-МАРКЕТИНГУ

Подієвий марктеинг (event-маркетинг) – спосіб залучення уваги до бренду для створення більш тісних зв'язків між ним і споживачем. Він відноситься до інструментів BTL-комунікацій – непрямих рекламних інструментів. Event-маркетинг будується на створенні емоційних зв'язків між споживачем і брендом.

Event – завжди свято, яке забезпечує аудиторії такі враження, які неможливо отримати, спостерігаючи за подією на екрані телевізора, слухаючи радіо або читаючи газету. Це подія, яка цікава і за способами, і за методами, і за місцем проведення. Вона передбачає, що представники контактних аудиторій мають можливість взяти участь у даному заході і при цьому їм ненав' язливо подається інформація про певний товар або фірму, яка стала організатором цієї події.

Варто зазначити, що за допомогою event-маркетинг можна не тільки просувати товар на ринок, але й визначати його конкурентні переваги, залучати споживачів до активних дій та переживання емоцій, пов'язаних з брендом. Як зазначає Л. Зеленська – правильно обраний формат і контент заходу забезпечить позиціонування марки більш простіше, разом з тим – яскраво і ефективно, ніж звичайні засоби реклами (ATL) [2, 72]. Таким чином можна виділити основні складові event-маркетингу: відчуття; почуття; роздуми; дії; співвіднесення. Усі перераховані складові найповніше можуть проявитися в event-маркетингу.

Саме інтерактивна взаємодія з цільовою аудиторією – головна відмінна риса цього комунікаційного інструменту й одночасно його основна перевага.

Маркетинг подій умовно можна розділити на 2 категорії:

• івенти для FMCG-брендів (FMCG – «Fast Moving Consumer Goods», що в дослівному перекладі означає товари повсякденного попиту);

• івенти для стимулювання продажів в ритейлі та підвищення середнього чека в сфері обслуговування (кафе, клуби, бари і т.д.).

У випадку з FMCG, івенти працюють на:

• впізнаваність бренду;
• його репутацію і образ в голові споживача;
• емоції, які бренд викликає у нього.

Таким чином, виходячи з усього вище вказаного можна визначити сутність івент-маркетингу. Івент-маркетинг (англ. event marketing – маркетинг подій) – це:

1) вид, один із засобів інтегрованих маркетингових комунікацій, що представляє собою комплекс заходів підприємств, спрямованих на просування бренда у внутрішньому і/або зовнішньому маркетинговому середовищі за допомогою організації спеціальних подій;

2) сфера послуг з організації спеціальних заходів.

Маркетинг подій – просування товарів (послуг, брендів) на ринок за рахунок створення та проведення спеціальних заходів. Головна перевага будь-якої спеціальної події – встановлення безпосереднього контакту між клієнтом (продуктом, брендом) та аудиторією, створення між ними емоційного зв'язку.

Цілі, що досягаються за допомогою івент-маркетингу:

– побудова успішного бренда;
– створення новини для PR-кампанії;
– яскравий запуск продукту на ринок;
– позиціонування марки, управління іміджем компанії;
– просування марки за рахунок просування події-бренда;
– формування лояльних груп споживачів;
– просування товарів імпульсного попиту;
– підвищення продажів у довгостроковому періоді;
– створення word-of-mouth (реклама «з вуст у вуста», «сарафанне радіо» - це реклама в процесі повсякденного спілкування) ефекту;
– формування команди однодумців серед співробітників.

Види проектів які застосовуються у event-маркетингу:

• презентації;
• роуд-шоу;
• виставки;
• упровадження в захід;
• свята;
• флешмоб, тощо.

Інструменти і види подієвого маркетингу:

Івенти можуть бути ініційовані в честь будь-яких подій, але найчастіше вони відносяться до таких категорій:

• відкриття (актуально для рітейлерів і сфери послуг);
• календарне свято (від Нового року до Хеллоуїна);
• презентація (найбільш широкий функціонал, підходить для всього від FMCG до сфери послуг);
• виставка;

Однак обмежуватися цими рамками не обов'язково. Завжди можна влаштувати свято без приводу або придумати привід самому. Наприклад, день народження бренду з конкурсами, аніматорами, роздачею семплів, фуд-кортом і музичним супроводом.

Так наприклад, після великого параду гігантських лего-іграшок на Таймс Сквер в Нью-Йорку, в рамках події з просування серії Chronicles of Yoda (з виробляє суббренд Lego – Lego Star Wars), продажі серії виросли на 23%. Цього вдалося досягти завдяки гігантському резонансу маршу. За парадом іграшок спостерігали тисячі людей, а хештег #LEGOstarwarsNYC вийшов в топ Twitter.

Крім того, часто компанії виступають спонсорами подій (музичних фестивалів, модних показів, різноманітних ярмарків). Рамки цих майданчиків також можна використовувати як привід для бренд-івенту. Наприклад, влітку 2016 року в Києві пройшов великий музичний фестиваль Atlas Weekend, який зібрав 157 виконавців і колективів. Його партнерами стали більше 10 брендів, серед яких Pepsi, Dirol, Nescafe, Bushmills, Karabas, Johnnie Walker, Kyivstar і інші. Кожен із брендів намагався домогтися максимальної користі від участі в фестивалі. Так Pepsi домовилися про

функціонування власної сцени Pepsi Stage, де звучала електронна музика. Також під егідою пепсі на Atlas Weekend пройшов графіті-батл серед вуличних художників.

Квиткове агентство Karabas в рамках Atlas Weekend організувало автограф-зону. У ній кожен бажаючий зміг отримати підпис, зробити фото або задати питання артистам, які підходили до зони після виступу на сцені фестивалю. Також Karabas відкрили невелику лаунж-зону з пуфами, на яких можна було слухати виконавців лежачи або сидячи. Відвідувачів куточка Karabas знімав фотограф компанії, а фотозвіт став приємним подарунком всім, хто потрапив у його об'єктив.

Dirol теж організував свою лаунж-зону поблизу однієї зі сцен фестивалю. Там можна було відпочити і освіжитися після танців і пісень. Бренд також пригощав усіх бажаючих освіжаючими фруктовими коктейлями за «селфі» з хештегом Dirol. Крім того, під тентом бренду можна було випробувати шолом віртуальної реальності Oculus Rift і отримати водяні пістолети, щоб взяти участь в епічній битві.

Отже, переваг використання event-маркетингу є багато. Проте проведення спеціальних заходів пов'язане з певними ризиками, а саме: з недостатньою підготовкою персоналу, площ для проведення заходу, виступів, устаткування; з підрядними роботами, роздатковими матеріалами; з аудиторіями та залученими засобами масової інформації. Однак у разі чітко спланованої і прорахованої кампанії з event-маркетингу таких негараздів можна уникнути.

Таким чином, можна говорити про те, що включеність event-маркетингу до системи інтегрованих маркетингових комунікацій зумовлена часом, необхідна і дуже важлива. Погоджуємося з науковцями, які твердять, що event-маркетинг впевнено займає свої позиції на сучасному рекламному ринку, має переваги над традиційними методиками просування товарів і послуг та перспективи вивести галузь на новий рівень [2, 74].

Література:

1. Апопій В. В., Міщук І. П. Організація торгівлі. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 632 с.
2. Зеленська Л. М. Event-маркетинг: сутність і завдання // Теоретичні, організаційні та технологічні засади управління в умовах трансформаційних процесів: матеріали між вишівської науково-практичної конференції, Київ, 12-13 грудня 2013 р. / за ред. В.П. Клочка. Київ: НАКККіМ, 2014. С. 72–74.
3. Герасимов С. В., Тульчинский Г. Л, Лохина Т. Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учебное пособие. СПб. : Лань; ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2009. 384 с.
4. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. К. : Атіка; Ельга-Н, 2009. 328 с.
5. Ткачук О. Event – важлива складова сучасного PR // Маркетинг в Україні. 2010. № 1. С. 34–39.
6. Слупский С. Event-рынок Украины: взгляд в будущее // Маркетинг и реклама. 2008. № 10. С. 30–33.

Кравцова Наталія, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту
та індустрії дозвілля КНУКіМ

КУЛЬТУРНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ Й ТУРЕЧЧИНИ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ

З моменту встановлення дипломатичних відносин між Україною і Турецькою Республікою, з лютого 1992 р.налагодження культурних зв'язків між країнами характеризується стабільністю та інтенсивністю. Про це свідчить підписання Договору, в якому сторони підтвердили «свої зобов'язання в рамках усіх підписаних між ними раніш та нині діючих актів, особливо Договору про дружбу і братерство між Україною і Туреччиною від 2 січня 1922 р.» Більше того, Договірпро дружбу і співробітництво між Україною та Турецькою республікою від 4 травня 1992 р. заклав основу для всебічного двостороннього співробітництва в політичній, економічній, культурній та інших сферах.

На сучасному етапі культурні зв'язки між державами найбільш виражені у динамічному розвитку туристичноїсфери. Введений в 2012 р. безвізовий режим між Україною й Туреччиною зумовив бурхливий туристичний обмін, в якому прослідковується тенденція до проведення культурного туризму, що в свою чергу сприяє популяризації культури, історичних пам'яток,

збагаченню та збереженню культурної ідентичності. Практично 70% українців (1,3 мільйона), що виїжджають за кордон під час відпусток протягом року, віддають перевагу Туреччині. А число жителів Туреччини, які відвідують Україну, з кожним роком зростає і в 2018 році наближається вже до 300 тисяч [1].

У той же час, в документі «Спільній декларації за результатами 5-го засідання Стратегічної ради високого рівня між Україною і Туреччиною» акцентується нарозширенні співпраці в сфері освітнього і культурного обмінів. Зокрема, згідно з текстом документу, сторони дійшли згоди щодо відкриття в Києві Центру турецької культури ім. ЮнусаЕмре, де проводяться курси турецької мови під гаслом «більше Туреччини в Україні»,а також для виділення додаткових квот для кримськотатарської молоді в турецьких навчальних закладах.

Україна і Туреччина у вищенаведеному підписаному документі закріпили намір збільшувати кількість почесних консульств «на взаємній основі», а також сприяти співпраці між країнами в сфері засобів масової інформації,

Прогрес в культурних відносинах між Туреччиною і Україною пов'язаний також із створенням українцями відеоролику про позитивний імідж ВВС Туреччини, на фоні кризи в турецько-російських відносинах. Крім цього, композиція на тему депортації кримських татар, що мала місце в 1944 році, висвітлена Україною в 61-му конкурсі «Євробачення» (Eurovision), позитивно сприйнята турецьким народом.

У той же час діяльність України в Туреччині останнім часом активізувала інтерес турецького народу до української мови. У Туреччині в Стамбульському університеті відкрилося відділення української мови та літератури, в різних освітніх установах були введені курси української мови. За цей час в Туреччині було створено 12 українських асоціацій, в Анкарі почав працювати офіс українського інформагентства «Укрінформ»

Одним з прикладів налагодження культурних зв'язків між Україною й Туреччиною на сучасному етапі стало проведення у вересні 2018 року в м. Харкові фотовиставки Віталія Сидоренка та Наталії Вербовій за назвою «Фотоміст між Україною і Туреччиною». До експозиції увійшли 48 предметних, пейзажних і урбаністичних фото.«Дві різні країни зі своїм побутом і пейзажами, культурою і етносом, на перший погляд, неможливо поєднати, провівши аналогії і паралелі» – відзначають автори виставки [2]. Однак, прогресивні українсько-турецькі відносини, значна кількість спільних проектів і починань наштовхнули авторів виставки на фотодослідження, завдяки якому у кожного з них з'явилася своя цікава історія, і вони провели Фотоміст між Україною і Туреччиною.

Щорічно в травні в м.Київ проходять дні Туреччини в Україні.Посольство Туреччини на постійнійоснові проводить заходи, які демонструють культурне розмаїття і надбання цієї країни. 5 травня 2018 року в «Кінотеатрі Київ» відбувся показ фільму «Чинар» (Çınar), режисера Мустафи Караденіз, який відкрив дні турецького кіно в Україні.

Отже, відносини Туреччина–Україна, останнімчасом прогресують в політичній, економічній, військовій, дипломатичній та культурній сферах, і є цінними для кожної з країн. Співпраця двох важливих причорноморських держав перетворилося в стратегічне партнерство, зокрема в сфері туризму й культури. Численні приклади успішної реалізації спільних проектів в сфері науки, освіти, культури, спорту свідчать про бажання культурного обміну та збагаченню на державному рівні. Однак, на відміну від економічної сфери, розвитку культурних зв'язківне завжди приділяється належна увага.

Література:

1. Сергійчук Б. Сучасна турецька історіографія про українсько-турецькі зв'язки // Сходознавство. 2015. Ч. 48. С. 177.

2. Корсунський С. В. Українсько-турецькі відносини: минуле, сьогодення, завтра // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2016. Вип. 17. С. 24–31.

3. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

Кравченко Лариса, *студентка магістратури НАКККіМ*

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ВІННИЦЬКОГО ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ М.М. КОЦЮБИНСЬКОГО

Музеї… Мовчазні свідки подій, що сягають глибини віків… Вони є не просто об'єктами нашої культурної спадщини, а особливою складовою процесу духовного відродження, національною пам'яткою народу. Музейні культурні практики, будучи репрезентантами культурної та історичної пам'яті, відображають політику пам'яті [3, 355].

Літературно-меморіальний музей М.М.Коцюбинського є своєрідною візитівкою Вінниці. Розташований майже у центрі міста по вул.Бевза,15, музей видатного класика української літератури Михайла Коцюбинського, здається, «живе» у якомусь іншому вимірі. Буквально за кількадесят метрів від садиби гуркочуть трамваї, нескінченним потоком рухаються автівки, у повсякденних клопотах снують перехожі, а тут, у родинному гнізді видатного письменника… ідилія! [2, 138].

Вінницький літературно-меморіальний музей М. М. Коцюбинського відкрито 8 листопада 1927 р. в будинку, де 17 вересня 1864 р. народився письменник і жив з перервами до 1897 р. [5, с8].

Цій події передувала велика та копітка робота. В 20-ті роки лектор укрпедтехнікуму О. В. Троцюк разом із студентами розшукав будиночок, в якому жила сім'я Коцюбинських. Взимку 1925 р. молодший брат письменника – Хома Михайлович приїхав у своїх службових справах до Вінниці. Він звернувся до школи імені М.Коцюбинського, щоб привернути увагу до будиночка. Громадськість міста перейнялась цією проблемою. При Вінницькому окрвиконкомі, відповідальним секретарем якої був керівник Вінницької філії Всеукраїнської Академії Наук і науково-краєзнавчого «Кабінету виучування Поділля», відомий історик В. Д. Отамановський, було створено комісію для увічнення пам'яті М. Коцюбинського [6, 5].

Після того, як Коцюбинські продали хату і садибу у 1897 р., виїжджаючи до Чернігова, будинок мав кількох власників. Протягом багатьох років будинок не ремонтували і ліва половина його зовсім завалилася. В правій, напівзруйнованій половині й добудові, що її побудував один із власників, мешкало три родини. Садок був занедбаний, двір загиджений. Все це являло сумну картину і мало хто знав, що ці руїни – батьківська оселя геніального українського письменника, який вивів національну літературу на європейський рівень.

Багато зусиль доклав Хома Михайлович Коцюбинський, щоб відремонтувати й реставрувати хату, впорядкувати садибу. Він став першим директором новоствореного музею, першим автором експозиції. В кімнаті, де народився і жив письменник, за вказівками Хоми Михайловича, відбудовано лежанку, на якій Михайло Михайлович любив відпочивати після цілоденної біганини по лекціях.

На території садиби збереглися комора, сторожка, є садок, де ростуть липи, груші-глеки, посаджені ще дідом письменника Максимом Абазою, а також привезені М.Коцюбинським із Криму тамариск і магонія подуболиста. Тут ростуть і субтропічні агави, які любив письменник.

Експозиція музею побудована за монографічним принципом і розміщена в п'яти кімнатах меморіального будинку. Різноманітні матеріали послідовно розкривають життєвий і творчий шлях письменника, його громадську діяльність [5, 13].

В музеї зберігаються в оригіналах такі реліквії, як метрична книга із записом про народження письменника, книги з його бібліотеки, особисті речі, перші прижиттєві видання творів Коцюбинського, книги з його автографами та багато інших цікавих матеріалів.

Музейні фонди нараховують понад дев'ять тисяч експонатів, серед яких: рукописи, фотодокументи, переклади творів письменника мовами народів світу, предмети побуту та етнографії. Зберігаються роботи відомих українських художників: О. Кульчицької, І. Касіяна, Г.Якутовича, І. Їжакевича, М. Жука, скульпторів: І. Гончара, Ф. Коцюбинського.

До музею, як до культурного центру, зверталися шанувальники художнього слова. Тут бували Павло Тичина, Володимир Сосюра, Андрій Малишко, Любов Забашта, Максим Рильський, Михайло Стельмах та інші. Працівником музею був письменник, автор відомої кіноповісті "Родина

Коцюбинських" Олександр Левада. Великий внесок у вивчення й популяризацію творчості письменника зробили його нащадки: молодший син Роман, який у 1934 році був директором музею, донька Ірина, внук Юлій Романович, правнук Ігор Юлійович, племінниця, відома літературознавець Михайлина Хомівна Коцюбинська [2, 139].

З 1981 р. у м. Вінниці започатковано літературну премію імені М.Коцюбинського, а з 1992 р. вона набула Всеукраїнського статусу. Вручення премії відбувається щорічно під час проведення свята з нагоди відзначення річниці з дня народження письменника.

Сьогодні Вінницький літературно-меморіальний музей М.Коцюбинського активно працює над пошуком креативних форм музейної комунікації, розвитком нових тем, з метою заохочення сучасного відвідувача прийти до музею, шляхом запровадження низки інноваційних проектів [7]. Однією з перспективних форм соціокультурної комунікації є фестиваль – масове художнє святкове дійство, яке складається з циклу івентів (подій, заходів), що об'єднані тематично і які відбуваються в урочистій обстановці [1, 67]. Найбільш відомими з яких стали: міжнародні літературні фестивалі «Intermezzo», «Острів Європа», проекти «Ніч в музеї» та «Мистецький сад Михайла Коцюбинського» в рамках якого проводяться фестивалі «Барви народного мистецтва», «Живописна рапсодія», «Консервативна Вінниця», «На гостини до музейної родини», «Галявина Сонця і Мрій». Щорічно заклад відвідує близько 20 тис. відвідувачів.

Постійно використовуються інтерактивні форми роботи з дітьми: проводяться літературні квест-ігри «Розваги сонцелюбів», флешмоби, майстер-класи, створено студію живопису «Мала академія мистецтв» та літературну студію «Імпреза».

Література:

1. Зеленська Л. М. Менеджмент мистецьких фестивальних проектів: інноваційні підходи // Креативні індустрії в сучасному культурному просторі : збірник матеріалів Міжнародної наук.-практ. конференції, Київ, 26 травня 2016 р. К. : НАКККіМ, 2016. С. 68–71.
2. Золотий фонд нації / упорядн. В. В. Болгов. К. : Українська конфедерація журналістів, 2014. 528 с.
3. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
4. Копієвська О. Р. Еволюція музейної справи України у світлі державної культурної політики // Питання культурології : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України ; КНУКіМ. К. : КНУКіМ, 2004. Вип. 19. С. 51–57.
5. Литвиненко Г., Хоменко Б. Музей М.М. Коцюбинського у Вінниці. Путівник. Одеса., 1972.
6. Литвиненко Г., Хоменко Б. Музей М.М. Коцюбинського у Вінниці. Путівник. Одеса., 1981.
7. Маньковська Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. URL: http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2013_3/13.pdf (дата звернення: 12.05.2018).

Краснянська Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Персонал підприємства є головним ресурсом кожного підприємства, від якості та ефективності використання якого, зазвичай, залежать результати діяльності підприємства і його конкурентоспроможність.

Персонал підприємства – це постійний склад працівників, які отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають практичний досвід і виконують різноманітні виробничо-господарські функції. Крім постійних працівників, у виробничій діяльності підприємства можуть брати участь інші працездатні особи на основі трудового договору (контракту) [1, 106].

Від якості людського капіталу залежать результати економічного зростання. «Людський капітал складається із набутих знань, навичок та вмінь, мотивацій та енергії, якими наділені людські істоти і які можуть використовуватись протягом певного періоду часу в цілях виробництва товарів

та послуг. Він – форма капіталу, так як є джерелом майбутніх заробітків чи майбутнього задоволення; він людський, так як є частиною людини...» [2, 32].

Керівники персоналом – це самостійний вид професійних спеціалістів-менеджерів, головною метою яких є підвищення виробничої творчої віддачі і активності персоналу; орієнтація на скорочення частки і чисельності виробничих і управлінських працівників; розробка і реалізація політики підбору і розстановки персоналу; вироблення правил прийому і звільнення персоналу; рішення питань, пов'язаних з навчанням і підвищенням кваліфікації персоналу [3, 205].

Незалежно від галузей народного господарства структури кадрів середніх промислових підприємств особливо не різняться між собою.

В залежності від функцій, які виконують працівники на підприємстві, вони поділяються на дві групи: персонал основної діяльності та персонал неосновної діяльності.

Так, у промисловості до першої групи належать працівники: зайняті виконанням основних операцій з виготовлення продукції (що надходить для реалізації); зайняті на допоміжних операціях з обслуговування, необхідних для нормальної роботи основного виробництва; підсобні робітники, зайняті виробництвом, переробкою відходів виробництва або в підрозділах, які сприяють основному виробництву; котрі працюють з дослідними установками заводських лабораторій, науково-дослідних організацій, що обслуговують виробничу діяльність підприємства (фірми); апарату заводоуправління, включаючи працівників конструкторського бюро, нормативних станцій, бюро економічного аналізу, що обслуговують виробничу діяльність; служб охорони (охорона підприємства може здійснюватися безпосередьо підприємством або міжвідомчою охороною)[1, 106].

До другої групи персоналу відносять працівників структур, які належать підприємству, але не пов’язані безпосередньо із процесами промислового виробництва, тобто житлово-комунального господарства, навчальних та медичних закладів, культурно-побутових установ тощо [4, 126].

Весь промислово-виробничий персонал залежно від характеру виконуваної роботи розподіляють на чотири основні категорії: керівники; спеціалісти; службовці; робітники.

Керівники – це працівники, що здійснюють функції загального управління підприємствами та їх структурними підрозділами. До них належать директори (генеральні директори), начальники, завідувачі, керуючі, виконроби, майстри на підприємствах у структурних одиницях та підрозділах. До групи керівників зараховують і головних спеціалістів: головного інженера, головного бухгалтера, головного механіка, головного енергетика, а також заступників, відповідно до перелічених вище посад.

Керівники призначаються головним чином зі спеціалістів, які мають хист до керівництва, здатні об’єктивно оцінити явища, події, ідеї, передбачити хід подій, розпізнавати здібності інших людей тощо.

Спеціалісти – працівники, які займаються інженерно-технічними, економічними та іншими спеціальними роботами. Зокрема, це інженери, економісти, юристи, бухгалтери, нормувальники, адміністратори, соціологи, провідні, старші і просто спеціалісти, програмісти.

Службовці – це працівники, що здійснюють підготовку і оформлення документації, господарське обслуговування, облік і контроль. Це, зокрема, діловоди, обліковці, агенти, архіваріуси, креслярі, секретарі-друкарки, сте нографісти та ін.

Робітники – працівники, які безпосередньо зайняті в процесі створення матеріальних цінностей, а також ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів, наданням матеріальних послуг та ін. До робітників також належать двірники, прибиральниці, охоронці, кур’єри, гардеробники тощо.

Аналізуючи виробничу діяльність підприємств, робітвиків поділяють на основних - тих, котрі безпосередньо беруть участь у процесі створеняя продукції, та допоміжних – тих, які виконують функції обслуговування основного виробвицтва.

Учнями вважаються особи, що проходять професійну підготовку на підприємстві за системою бригадного та індивідуального навчання [1, 107].

Важливою є класифікація персоналу за професіями, спеціальностями, кваліфікацією.

Професія характеризує вид трудової діяльності, яка потребує спеціальних знань та практичних навичок.

Спеціальність виділяється в межах певної професії і характеризує відносно вузький різновид трудової діяльності.

Кваліфікація характеризує якість, складність праці і є сукупністю свеціальних знань і навиків, які визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій обумовленої складності.

За рівнем кваліфікації робітники поділяються на чотири групи: висококваліфіковані; кваліфіковані; малокваліфіковані; некваліфіковані.

Конкретний рівень кваліфікації робітників визначається за допомогою тарифно-кваліфікаційних довідників і характеризується розрядами.

Рівень кваліфікації керівників, спеціалістів, службовців характеризується рівнем освіти, досвідом роботи.

Спеціалістів розрізняють: найвищої кваліфікації (що мають наукові ступені та звання); вищої кваліфікації (зі значним досвідом практичної роботи та вищою спеціальною освітою); середньої кваліфікації (з певним практичним досвідом та середньою спеціальною освітою); спеціалісти-практики (не мають спеціальної освіти, але мають практичний досвід і займають відповідні посади).

Для оцінки кваліфікаційного рівня та організації оплати праці усіх категорій професій як бюджетних установ, так і комерційних організацій використовується «єдина тарифна сітка».

Характеризуючи кваліфікацію як сукупність знань і умінь виконувати роботу різної складності на певних ділянках виробництва, робітників за кваліфікацією поділяють на чотири групи:

– некваліфіковані – різноробочі й підсобні робітники, що виконують будь-яку роботу, яка не вимагає кваліфікації (вантажники, розвантажувальники, супроводжувальники вантажів, прибиральники, підсобні робітники тощо);

– малокваліфіковані – це переважно робітники, які працюють певний час і вже мають деякі навики роботи;

– кваліфіковані – робітки, які пройшли на виробництві навчання і здобули відповідну кваліфікадію;

– висококваліфіковані – це переважно робітники, які закінчили навчання в професійно-технічних училищах і одержали диплом або посвідчення робітника відповідної кваліфікації пройшли виробничу практичну школу за певною професією.

При визначенні кваліфікації безпосередньо на виробництві можуть виникати протиріччя, пов’язані, з одного боку, з оцінкою кваліфікації робочих місць або робіт, що підлягають виконанню, а з другого з оцінкою кваліфікації конкретних виконавців цих робіт. Але ці питання розв’язуються шляхом конкретної домовленості між роботодавцем і виконавцем цих робіт на основі укладання між ними угоди і встановлення форми оплати [1, 108].

На зміну професійно-кваліфікаційного складу та структури персоналу підприємств впливають такі чинники: зростання попиту на кваліфіковану робочу силу, що пов’язано із швидкими темпами оновлення продукції, ускладненням технологічних процесів тощо; перерозподіл працівників із сфери промислового та сільськогосподарського виробництва у сферу побутового обслуговування населення, торгівлі, інформаційну сферу; досить висока питома вага зайнятих ручною та не кваліфікованою працею, що пов’язано із сповільненням темпів технічного переоснащення підприємств; включення до складу трудових ресурсів працівників з більш високим освітнім рівнем, ніж ті, які вибувають за межі працездатного віку; неврахування системою освіти сучасних вимог і потреб у кваліфікованій робочій силі, що породжує невідповідність між реальним попитом підприємств у кадрах та їх пропозицією на ринку праці [5, 70].

Отже, найбільш важливим елементом потенціалу підприємства є його персонал. Сутність управління людськими ресурсами полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління. В основі цих відносин лежать принципи, методи і форми впливу на інтереси, поводження і діяльність працівників із метою максимального використання їх. Суб’єктом управління виступають керівники і спеціалісти, які виконують функції управління та планування стосовно своїх підлеглих.

Планування потреби в людських ресурсах – частина загального процесу планування в організації і здійснюється в такій послідовності: оцінка наявного персоналу і робочих місць;

планування потреб у персоналі на перспективу; оцінка перспективних потреб; розробка проекту задоволення перспективних потреб у персоналі.

Головна мета сучасної кадрової політики підприємства полягає в забезпеченні тепер і в майбутньому кожного робочого місця і кожної посади персоналом відповідних професій та спеціальностей належної кваліфікації.

Важливим є підбір, набір та розташування персоналу на підприємстві. Підбір і розтановка кадрів забезпечує ефективне заміщення робочих місць, виходячи з результатів комплексної оцінки, планової службової кар'єри, умов і оплати праці персоналу. Підбір і розтановка персоналу передбачає планування службової кар'єри, яке здіснюється виходячи з результатів оцінки потенціалу і індивідуального внеску, віку працівників, виробничого стажу, кваліфікації.

Згідно з характером функцій, що виконуються, персонал підприємства поділяється здебільшого на чотири категорії: керівники, спеціалісти, службовці, робітники. Але кожне підприємство має свою власну як управлінську, так і виробничу структуру.

Література:

1.Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій : підручник. К. : Центр навч. літератури, 2005. 624 с.

2.Данюк В. М., Петюх В. М. Менеджмент персоналу: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2004. 398 с.

3.Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. К. : Кондор, 2006. 432 с.

4.Савельєва В. С., Єськов О. Л. Управління персоналом : навч. посіб. К. :ВД Професіонал, 2005. 336 с.

5.Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. Київ: Каравелла, 2003. 432 с.

Криволап Олексій, *студент магістратури НАКККіМ*

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мотивація є історично закономірним соціально-економічним та морально-психологічним явищем, що характеризується комплексом економічних, організаційних, соціальних та психологічних умов, які спонукають людину до дії.

До способів мотивації належать наступні: 1) нормативна мотивація – спонукання людини до певної поведінки за допомогою ідейно-психологічного впливу: переконання, навіювання, інформування, психологічного зараження тощо; 2) примусова мотивація, яка ґрунтується на використанні влади і загрозі погіршення задоволення потреб працівника у випадку невиконання їм відповідних вимог; 3) стимулювання – вплив не безпосередньо на особистість, а на зовнішні обставини за допомогою благ – стимулів, що спонукають працівника до певної поведінки [2, 60].

Ефективна система мотивації праці повинна відповідати стратегічним цілям підприємства і ситуації на ринку. Керівництву необхідно пристосовувати дану систему до зовнішніх умов, уявляти її недоліки і готуватися до їх нейтралізації.

Загальна корпоративна стратегія визначає загальну спрямованість системи мотивації праці персоналу на забезпечення безперервності в залученні, мотивації і збереженні відповідальних і компетентних працівників, які необхідні для виконання місії та інших цілей організації. Крім того, стратегії мотивації праці повинні відповідати і підтримувати корпоративні цінності та переконання, виникати з ділових стратегій і цілей, які повинні бути пов'язані з ефективністю організації.

Мета стратегії мотивації праці працівників – досягнення і закріплення постійних конкурентних переваг підприємства за рахунок розвитку і підтримки високих кількісних і якісних результатів трудової діяльності персоналу, заснованих на їх особистій зацікавленості і творчої ініціативи.

Основні завдання мотивації праці – формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці; навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутрішньофірмового спілкування; формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом з використанням сучасних методів мотивації.

Ефективне управління мотивації праці передбачає виконання як загальних функцій управління: планування, організації, стимулювання, координації, обліку і контролю, так і специфічних функцій управління, таких як аналіз існуючої системи мотивації трудової діяльності персоналу, формування стратегії, цілей і принципів політики організації в області мотивації і стимулювання персоналу, планування змісту і структури системи мотивації праці, розвитку форм мотивації і стимулювання праці, управління матеріальною і нематеріальною винагородою, документаційне, інформаційне та кадрове забезпечення системи мотивації та стимулювання персоналу, підтримання та моніторинг системи мотивації та стимулювання трудової діяльності персоналу.

Особливої актуальності для управління мотивації праці персоналу набуває вирішення проблем координації, узгодження потреб, мотивів та цілей працівників і підприємства в цілому, визначення та розв'язання виникаючих протиріч між цілями та потребами працівників і підприємства. А це, в свою чергу, вимагає постійного самовдосконалення, систематичного підвищення кваліфікаційного рівня, відповідальності, рішучості, ініціативи, творчої активності за умов жорсткої регламентації робочого часу. Також важливо наголосити, що для того, щоб система мотивації була ефективною, необхідно постійно проводити моніторинг реалізації заходів щодо мотивації праці [1, 66].

Отже, механізм мотивації праці функціонує на основі організаційно-економічних закономірностей та принципів, а елементами його структури є методи, важелі, інструменти впливу тощо. До основних принципів формування механізму мотивації праці можна віднести такі: використання комплексу стимулів, що впливають на людину в процесі праці [3, 295]:

- відповідність використаних стимулів особливостям мотиваційної структури працівників підприємств;
- стійкість як мотивів, так і стимулів;
- здатність мотивів і стимулів до змін;
- здатність гнучко і оперативно знімати протиріччя, що накопичуються, між мотивами, а також між мотивами і стимулами;
- взаємозв'язку цілей підприємства і цілей працівників.

Механізм управління мотивації праці тісно пов'язаний із зовнішнім середовищем і тому реагує на зміни, які у ньому відбуваються, пристосовуючись до них. Таким чином, результативність досягається на основі узгодження потреб, цілей та інтересів як підприємства, так і його працівників.

Література:

1. Галайда Т. О. Європейський досвід застосування ефективних систем оплати праці та мотивації працівників підприємства // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2016. Вип. 16(1). С. 65-68.

2. Ільєнко Р. Вплив мотивації персоналу на підвищення рівня продуктивності праці // Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. С. 58-62.

3. Щебликіна І. О. Проблеми мотивації та стимулювання працівників в організації // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 2 (5). С. 294-299.

Куриленко Алла, *студент магістратури НАКККіМ*

ПСИХОЛОГІЯ ТВОРЧОСТІ В ТЕАТРАЛІЗОВАНОМУ ДІЙСТВІ

Формування особистості, яка здатна до активної творчої діяльності є одним із актуальних завдань розвитку суспільства. Саме тому розкриття основних механізмів творчості дасть можливі шляхи вирішення цієї проблеми. Суспільство розвивається лише в творчості. Передумовою цього процесу завжди будуть творчі особистості, що здатні створювати креативне середовище.

Творчість – це діяльність, результатом якої є створення нових матеріальних і духовних цінностей. Будучи за своєю сутністю культурно-історичним явищем, творчість має психологічний аспект: особистісний і процесуальний. Вона передбачає наявність у особистості здібностей, мотивів, знань та умінь, завдяки яким створюється продукт, що вирізняється новизною, оригінальністю, унікальністю [8].

Вивчення цих властивостей особистості виявило важливу роль уяви, інтуїції, неусвідомлених компонентів розумової активності, а також потреби особистості в самоактуалізації, в розкритті і розширенні своїх можливостей.

Творчість особистості – це діяльність, яка породжує щось нове, раніше не відоме, на основі осмислення вже нагромадженого досвіду та формування нових комбінацій умінь, продуктів пізнання [6].

Різні вчені виділяють три: наукову, технічну та творчість у галузі літератури й мистецтва. Проте спостерігається тенденція до розгалуження цих сфер.

Зокрема, В. О. Моляко виокремлює такі види творчості: наукова; технічна; літературна;музична; образотворча; ігрова; навчальна; побутова; військова; управлінська; ситуаційна; комунікативна [2; 3].

Творчість особистості органічно пов'язана з її творчими здібностями. Питання творчих здібностей розглядають В.І. Андрєєв, І.Я. Лернер, А.Н. Лук, В.А. Моляко, Я.А. Пономарьов та ін.

Розрізняють здібності та задатки. Задатки людини вроджені й зумовлені лише анатомо-фізіологічними особливостями організму, вони лежать в основі розвитку здібностей. Здібності – наслідок розвитку в ході якоїсь практичної чи теоретичної діяльності [7; 8].

Вчені виокремлюють поняття «загальні» і «спеціальні» здібності, водночас підкреслюючи їхню взаємопов'язаність: розвиток спеціальних здібностей можливий лише за умови наявності в людини загальних здібностей.

У 60-70-х роках XX ст. психологами були проведені дослідження, які дозволили отримати багатий матеріал із проблем психології творчості, загальних і спеціальних здібностей, психології і психофізіології індивідуальних відмінностей творчого розвитку особистості на різних етапах її становлення. У 80-х роках відбувається практичне використання знань про природу обдарованості, психологічних законів і засобів стимулювання творчості для вдосконалення змісту і методів навчання обдарованих дітей [4].

Обдарованість – це ніби природний дар, який людина одержує, щось спадково зумовлене. Обдарованість є функцією всієї системи умов життєдіяльності в її єдності, функцією особистості. Вона нерозривно пов′язана з усім життям особистості й тому виявляється на різних етапах її розвитку [5].

За Б.М. Тепловим, здібності можуть розвиватися безмежно, досягати високого ступеня, тобто таланту, або найвищого – геніальності. При цьому обдарованість – не проста сума здібностей, а нова якість [10].

Талант – високий рівень обдарованості, природний хист людини до певного виду діяльності; видатні природні здібності людини до діяльності в якійсь галузі та вміння, які розвиваються з набуттям навичок і досвіду. Талант обумовлює високий рівень розвитку спеціальних здібностей, які дають людині змогу успішно, самостійно й оригінально виконати певну складну діяльність. Така сукупність здібностей дає змогу одержати продукт діяльності, який вирізняється новизною, високим рівнем досконалості і суспільною значимістю [5].

Геніальність – найвищий ступінь розвитку здібностей, що виявляється у творчій діяльності, результати якої мають історичне значення [5].

Талановиті люди відрізняються від геніальних величчю і суспільною значущістю проблем, які вони вирішують. Геній – дуже рідкісне явище. Виражаючи потреби суспільства, він творить самостійно й оригінально, шукаючи відповіді на такі питання, яких інші люди часто й не помічають. Своєю діяльністю геній сприяє прогресивному розвитку всього суспільства.

Творча особистість – це особистість, межі творчості якої охоплюють дії від нестандартного розв'язку простого завдання до нової реалізації унікальних потенцій індивіда в певній галузі. Людина, яка володіє певним переліком якостей, а саме рішучістю, умінням не зупинятися на досягнутому, сміливістю мислення, умінням бачити далі того, що бачать її сучасники і що бачили попередники. Вона володіє мужністю для того, щоб піти проти течії і зруйнувати те, чому вірить сьогодні більшість [8; 9].

Є методи стимулювання творчої активності: індивідуальні та групові.

Важливою умовою розвитку творчої особистості є її мотивація. На сьогодні мотивація як психічне явище науковцями трактується по-різному. В одному випадку – як сукупність факторів, що підтримують і спрямовують, тобто визначають поведінку і діяльність особистості, в іншому – як

сукупність мотивів, у третьому – як спонукання, що викликає активність особистості і визначає її спрямованість.

Мотивація як рушійна сила людської поведінки посідає провідне місце в структурі особистості, пронизуючи її основні структурні утворення: спрямованість особистості, характер, емоції, здібності, діяльність і психічні процеси. Це внутрішня детермінація поведінки і діяльності, яка може бути обумовлена і зовнішніми подразниками, що оточують людину середовищем.

У процесі тривалого дослідження творчості П.Торренс зібрав різні її визначення, метафорично описуючи сутність креативності.

Спочатку Дж. Гілфорд, потім П.Торренс описують креативність у термінах мислення, розуміючи творче мислення «як процес відчуття труднощів, проблем, прогалин в інформації, елементів, яких не вистачає, перекосів у чомусь, побудови здогадок і формування гіпотез, що стосується цих недоліків, оцінки й тестування цих загадок і гіпотез, можливості їх перегляду, перевірки та узагальнення результатів» [12].

Ф.Баррон вважає центральним процес уявлення й символізації, що служить критерієм креативності. Він вводить визначення креативності як «внутрішнього процесу, що спонтанно продовжується в дії» [11], стверджуючи, що відсутність продукту не говорить про відсутність креативності.

У зарубіжній психології існує безліч підходів до визначення поняття креативності (більше 60) і їх кількість постійно збільшується.

Для активізації креативності необхідно створення особливого психічного стану особистості (емоційної, інтелектуальної, фізичної сфери), який сприяє творчому процесу.

Отже, активізація творчої діяльності особистості передбачає одночасну дієвість системи характеристик: ставлення до творчої проблеми як до виклику; установка на творчість; креативність як риси особистості; система предметних знань і навичок у межах творчої проблеми; емоційний стан радості та піднесення; пульсування уваги на зовні (на об'єктивне) і в середину (на суб'єктивне); загальмованість рис особистості, які блокують творчість; чітке уявлення про мету творчої діяльності; загальна енергетизованість; тимчасове припинення дії стереотипів; швидка зміна погляду на проблему; інтенсивне бажання вирішити творчу задачу; не втомлене, тонізоване тіло; стан тимчасового розслаблення; достатньо довга концентрація на проблемі; коливання емоційного стану; переформулювання творчої проблеми мовою образів, слів, почуттів, рухів; уважність і чутливість до будь-яких асоціацій; розвинутий інтелект; вміння спрямовувати та утримувати увагу на окремих компонентах проблеми; вербальна гнучкість тощо.

Література:

1. Битинас В. П. Многомерный анализ в педагогике и педагогической психологии. Вильнюс, 1971.
2. Моляко В. О. Психологічна теорія творчості // Обдарована дитина. 2004. № 6. С. 2–9.
3. Моляко В. О. Творчий потенціал людини як психологічна проблема // Обдарована дитина. 2005. № 6. С. 2–9.
4. Про особистостей та події. URL : http://uk.wikipedia.org/wiki (дата звернення : 21.08.2018).
5. Психологічний словник / за ред. В. І. Войтка. К. : Вища шк., 1982. 215 с.
6. Психологический словарь / под ред. В. В. Давыдова, А. В. Запорожца, Б. Ф. Ломова и др. М. : Педагогика, 1983. 448 с.
7. Психологический словарь / под ред. В. П. Заиченко, Б. Г. Мещерякова. М.: Педагогика-Пресс, 1999. 440 с.
8. Психологический словарь / авт.-сост. В. Н. Копорулина, М. Н. Смирнова, Н. О. Гордеева, Л. М. Балабанов ; под общей ред. Ю. Л. Неймера. Ростов н/Д. : Фенікс, 2003. 640 с.
9. Психологічна енциклопедія / автор-упоряд. О. М. Степанов. К. : Академвидав, 2006. 424 с.
10. Технологія диференційованого навчання // Рідні джерела. 2001. № 3. С. 41–43.
11. Barron F. Putting creativity to work // R. Sternberg, T. Tardif (eds.). The nature of creativity. Cambridge : Cambr. Press, 1988.
12. Torrance E. P. The nature of creativity as manifest in the testing // R. Sternberg, T Tardif (eds.). The nature of creativity. Cambridge: Cambr. Press. 1988.

Левенець Анна, *студентка 2 курсу*
Сумського вищого училища мистецтв
і культури ім. Д. С. Бортнянського

МУЗЕЙ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ПРОДУКТ

Потреби суспільства обумовлюють сучасні тенденції діяльності музейних закладів. Саме музеї є скарбницею історичної та культурної спадщини, а музейні експонати – носіями інформації про історію та культуру краю. Стан сучасного соціуму як в Україні, так і в світі, все частіше дозволяє говорити про нашу епоху як про поворотний момент в історії. У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку нових орієнтирів, напрямків розвитку. Одним з шляхів вирішення цього завдання може служити створення музеїв нового типу, які виконують не лише традиційну функцію, але є науковими й духовними центрами, музеїв, які пропонують нове бачення, нове осмислення, музеїв, які розвивають нову тему.

Копієвська О.Р., досліджуючи музейні практики наголошує на актуалізації збереженого історичного й культурного досвіду етнонаціонального буття, що забезпечуються різними музейними формами роботи. При їх розробці увага фіксується на тому, що уявлення індивідів про минуле значною мірою задані наративами, образами, смислами, які репрезентовані в сучасному музейному просторі [4, 353].

Створення сучасного музею потребує розробки наукової концепції, яка визначається його суспільним призначенням. Музей як соціальний продукт є результатом цілеспрямованої, систематичної, творчої пошуково-дослідницької, збиральницької, фондової, експозиційної роботи.

Функціонування музею значною мірою залежить від середовища, яке його оточує. Визначення мети і завдань витікає з суспільного призначення музею, тобто з його соціальних функцій. Так, зокрема, поруч зі однією з основних соціальних функцій музею – документування, історично усталеними є зберігання, науково-дослідна, інформаційна й освітньо-виховна. Вони визначають характер діяльності музею в конкретній соціально-культурній ситуації [1].

Виконуючи саме такі функції, щорічно, починаючи з 1977 по всьому світу 18 травня проходить Міжнародний день музеїв. Цей день є приводом для підвищення обізнаності про те наскільки музеї є важливими у розвитку суспільства. Консультативний комітет ICOM організовує тему цієї події, що, враховує велику кількість країн. Це свято триває день, вихідні, тиждень або навіть місяць. Від Америки до Океанії, включаючи Африку, Європу та Азію – цей міжнародний захід підтвердив свою популярність. Останні роки, Міжнародний день музеїв переживає високе розширення у майже 35000 музеях у більш ніж в 140 країнах.

Підтримуючи такі світові традиції в Україні, зокрема в місті Суми 19 травня 2018 року нарівні з іншими містами країн Європи було проведено яскраву, незвичайну, видовищну і насичену казкову акцію «Ніч музеїв» для містян та гостей міста. Городяни мали змогу побачити не тільки цікаві експозиції та виставки у музеях і театрах, а й містичні перфоманси, театральні виступи і багато чого іншого та цікавого в різних куточках міста [2].

«Ніч музеїв-2018″ відбувалася під гаслом «Onceuponatime…» (Давним-давно… Жили-були…). З цієї фрази починається більшість казок та містичних повістей. Саме тому в рамках проекту місто перетворилося на територію містичної казки. «Оскільки фестиваль вже традиційно відбувається у Сумах і набрав потужних обертів, ми вирішили перейняти досвід міст Європи і прив'язати цю «Ніч…» до конкретної теми. Цього року тема є казковою. Але не дитячою, скоріш – містичною, незвіданою та таємничою», – говорить координатор проекту «Нічмузеїв» Людмила Фесенко. Фестиваль представив глядачам 22 локації та 30 проектів, що діяли у різних куточкахміста.

Музеї як соціальний продукт є результатом кропіткої та повсякденної роботи. Так, зокрема, Сумський обласний художній музей ім. М. Онацького і обласний краєзнавчий музей не просто відкрили свої двері для відвідувачів, а й організували інтерактивні акції і перфоманси. Так, художній музей здивував сумчан музично-театралізованим святом «Театр. Музика. Мода», в якому поєдналися музика фортепіано і бандури, розповідь про кролевецькі рушники і історію українського

жіночого одягу та демонстрація неперевершених авторських колекцій дизайн-студії ART'els moda «Вільний птах» і «Садок вишневий».

У обласному краєзнавчому музеї для відвідин були відкриті усі без виключення зали. Відвідувачі самі могли обирати, що їм оглянути і на чому зосередити свою увагу. Особливою ж популярністю користувалася зала «Ретро фотоательє», де можна було переглянути старі фото, техніку для фотографування, а також зробити фото на згадку у оточенні людей «з минулого». Усі, хто хотів відчути себе гімназистом початку минулого століття, могли написати лист справжнім пером і чорнилами.

Саме тому «Ніч музеїв» недарма вважають однією з найгучніших міжнародних проектів світу. Адже саме цього дня міста перетворюються у територію мистецтва, феєрії і нових відкриттів. У багатьох містах Європейського дня можна побувати на таких специфічних об'єктах, як центри безпеки, очисні споруди, автобусні та трамвайні депо.

До прикладу, у столиці Польщі – Варшаві – у цю ніч можна побувати в Сеймі, Сенаті, відвідати кабінет президента Варшави, канцелярію Ради міністрів, деякі міністерства, Головну комендатуру поліції, Польське агентство преси, Посольство Італії. Тільки у Варшаві у «Ночі музеїв» задіяні понад 250 інституцій, зокрема 52 музеї, які можна відвідувати безкоштовно [3].

Вочевидь, Україна і надалі буде продовжувати та підтримувати найкращі європейські традиції щодо розвитку музейної справи, залучаючи в неї всіх кому цікаве життя.

Література:

1. Ковальчук Є. Музей у сучасному світі: розробка наукової концепції // Волинський музейний вісник. 2012. Вип. 3. С. 17–22.
2. Відкрита Європа: Ніч музеїв – 2018. URL: http://rama.com.ua/vidkrita-yevropa-nich-muzeyiv-2018/#ad-image-0 (дата звернення : 12.09.2018).
3. Проект «Просування реформ в регіони». URL: http://ec.europa.eu/europeaid (дата звернення : 12.09.2018).
4. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
5. Копієвська О. Р. Еволюція музейної справи України у світлі державної культурної політики // Питання культурології : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України ; КНУКіМ. Київ: КНУКіМ, 2004. Вип. 19. С. 51–57.

Лещенко Катерина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ГУРТОК В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ПОТРЕБ ДИТИНИ

Одним із пріоритетних напрямків культурної політики держави є естетичне виховання громадян, передусім дітей та юнацтва [2]. Відповідно до цього, в Україні створені умови для реалізації закріпленого законодавчо пріоритету, який за своїм змістом відображає визначений вектор і коло діяльності спеціалізованих закладів культури.

Гурток як форма додаткової освіти школярів завжди був в пріоритеті естетичного виховання дитини. Гуркові заняття є додатковим стимулом до досягнення різних навичок, але і допомагає дітям розширювати кругозір, отримувати нові знання і проводити вільний час з користю.

Гурток розглядається як метод донесення дітям знання, які не включені в обов'язкову програму освіти, але мають значення для процесу подальшого навчання; як спосіб естетичного розвитку дитини. Гурток як форма додаткової освіти дозволяє вибирати напрямок у професійному плані або освоїти навички корисної праці. Гуркова робота - це безліч ідей і захоплень для дітей різного віку [1].

Для позашкільних мистецьких гуртків, де діти розвивають свої здібності, важливим залишається естетичне виховання. На гуртки такого спрямування покладено важливу місію вирішувати такі проблеми, як компенсація недостатніх можливостей для більш повної реалізації різносторонніх здібностей, розвинути вміння, навички, сформувати активну творчу особистість.

Серед дітей шкільного віку спостерігається ріст зацікавленості роботою різноманітних позашкільних мистецьких об'єднань: музичних, театральних, хореографічних, дизайну, ужиткового мистецтва тощо. Також значно розширили свою діяльність гуртки та об'єднання, що активно стимулюють розвиток творчих здібностей, пов'язаних з народними ремеслами: художня вишивка, мереживоплетіння, лозоплетіння, вироби із соломи, кераміка, писанкарство, розпис, народна іграшка. Це та культуротворча діяльність, яка спрямована на збереження, підтримку та розвиток художніх ремесел, підвищення престижності національно-культурних традицій.

Естетичний розвиток дитини – це безперервний процес творчості, потреба в якому зростає відповідно до її талану або задатків. Творча діяльність завжди спрямована на одержання оригінального продукту у сфері ідей, мистецтва, виробництва, новизна якого може бути як об'єктивною, так і суб'єктивною. Цей стан необхідний для формування себе, фантазії, асоціативного уявлення, що набуває особливого значення в мистецькій діяльності: виконавській майстерності, культурі сприйняття, художній імпровізації. Творче самовираження доповнює опановані знання й уміння, багатство внутрішніх переживань, активізує образи підсвідомості та в такий спосіб сприяє цілісному розвитку особистості. Культурно-творча функція визначається непередбаченістю дій і проявом самовираження, спрямовує особистість до творчості за допомогою спеціально орієнтованих принципів і методів.

У позашкільних мистецьких закладах освітньо-виховний процес здійснюється шляхом розвивального навчання із використанням індивідуального творчого підходу до кожної особистості. Сааме творчість спрямовує дитину формувати свій оригінальний продукт, а правильно організований навчальний процес допомагає їй самовиразитися, породжує інтерес, є передумовою формування гармонійно розвиненої особистості.

У такому контексті слід наголосити, що питання естетичного виховання в Україні потребує структурного підходу для його вирішення в ефективному поєднанні наявних традицій та інноваційних процесів у цій сфері. Як наголошують вітчизняна дослідниця Ольга Копієвська, «саме така постановка питання повинна враховувати відповідне оновлення культурно-мистецького, освітнього ресурсів і визначення шляхів їх раціонального впровадження в розвиток дитини. Підґрунтям для такого оновлення має стати відповідне вивчення й ефективне використання кращих зразків, які існують і активно впроваджуються в світі» [3].

Література:

1. Гурток – це що? Гурток як форма додаткової освіти школярів. URL: http://yrok.pp.ua/serednya-osvta/1547-gurtok (дата звернення: 08.03.2017).

2. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. К. : НАКККіМ, 2011. 23 с.

3. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

Лисюк Інна, *студентка магістратури НАКККіМ*

УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з найважливіших напрямків діяльності підприємства є комплексне управління персоналом, яке є системною наукою про адміністративно-управлінські, організаційно-економічні, соціально-психологічні фактори і способи впливу на персонал з метою підвищення його господарської діяльності.

Продуктивність праці на підприємстві будь-якого виду діяльності залежить від того, наскільки активно і свідомо беруть участь у ньому люди. Саме соціально-психологічне управління персоналом на сучасному етапі розвитку суспільних відносин дозволяє створити комфортні умови праці, досягти поставлених цілей зі збереженням здоров'я працівників і підтримкою сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, дотримуючись при цьому законодавства та вимог нормативних актів.

Соціально-психологічний вплив на персонал охоплює систему різних способів і прийомів роботи з трудовим колективом з метою задоволення соціальних потреб людини, її всебічного професійного розвитку, підвищення трудової активності всередині колективу та забезпечення ефективної діяльності загалом.

Соціально-психологічний вплив на персонал охоплює використання основних закономірностей соціології (спрямованих на групи людей і їх взаємодію) та психології (психологічні методи управління, спрямовані на особистість конкретного працівника). Головна роль даного процесу полягає у формуванні у працівника необхідних трудових установлень з метою реалізації соціальних і психологічних потреб трудового колективу, таких як статус, групові взаємовідносини, соціально-психологічний клімат, етика поведінка, спілкування та ін. [2, 54].

Таким чином, до групи соціально-психологічного впливу відносяться всі методи, які мають психологічний і моральний вплив на особистість робітника в колективі, такі як [1, 36].

- вміння і прагнення керівника спонукати трудовий колектив до діяльності, застосування широкого спектра роботи з персоналом;
- групування і розстановка персоналу з урахуванням психотипів і особливостей характеру і темпераменту кожного робітника;
- демократичний стиль управління, що дозволяє залучати робітників до розробки і реалізації різних проектів з метою формування почуття прихильності до спільної праці;
- активна політика стимулювання і мотивації персоналу;
- політика задоволення індивідуальних духовних потреб трудового колективу, орієнтація на соціальні та етичні норми;
- надання соціального захисту (забезпечення соціальним пакетом, надання різних бонусів, пільг та ін.).

Соціально-психологічні методи управління об'єднують неформальні способи впливу на персонал з урахуванням інтересів і поведінки кожної особистості в трудовому колективі з метою поліпшення трудових взаємин і задоволення соціальних і психологічних потреб. При цьому, об'єктом даного впливу, як правило, виступає трудовий коллектив організіції.

Ефективне управління передбачає використання комплексу як соціологічних, так і психологічних методів.

Способи психологічного впливу є найважливішими складовими психологічних методів управління. Вони узагальнюють необхідні і дозволені законодавчо прийоми психологічного впливу на персонал для координації дій робітників в процесі спільної виробничої діяльності.

Позитивними способами впливу виступають, перш за все, спонукання, комплімент, похвала, порада та ін. Негативні способи впливу: вимога, заборона, обман очікувань, осуд та ін.

Соціально-психологічні методи – найбільш тонкий інструмент впливу на соціальні групи людей і особистість зокрема. Мистецтво управління полягає в диференційному застосуванні різноманітних методів впливу.

Існуюче різноманіття методів управління персоналом викликає необхідність створення єдиних технологій і принципів їх впровадження на підприємстві будь-якого виду діяльності.

Розроблюючи рекомендації щодо застосування соціально-психологічних методів управління, слід враховувати специфіку даних методів і їх орієнтованість на створення ефективної трудової діяльності як важливого механізму продуктивності праці в сучасних умовах розвитку ринкових відносин.

До основних напрямків формування та підтримки сприятливого соціально-психологічного клімату можна віднести:

1. Робота над зниженням рівня конфліктності.
2. Підвищення задоволеності працею кожним працівником організації.
3. Створення атмосфери довіри і взаєморозуміння в колективі.
4. Стимулювання трудової діяльності за допомогою орієнтації на досягнення цілей організації, організація виконання спільних колективних завдань.
5. Формування у працівників почуття впевненості, взаєморозуміння і причетності організації.

6. Досягнення принципів рівності, справедливої оцінки трудової діяльності, політика в області обміну знаннями та досвідом.

7. Застосування демократичного стилю управління з наданням можливості робітникам брати участь у вирішенні важливих завдань [3; 5].

Використання соціально-психологічних методів управління персоналом при формуванні кадрової політики підприємства вкрай важливе, оскільки наявність кадрової політики в організації як інструменту управління організацією дає можливість здійснення конкурентоспроможної політики за наявності високої якості кадрового потенціалу. Конкурентоспроможність компанії залежить від конкурентоспроможності кожного із членів команди. В аспекті якості конкурентоспроможність характеризується сукупністю споживчих властивостей робочої сили, здатних забезпечити ефективну працю: фах, стаж, вікові дані працівника, володіння ним іноземними мовами тощо. В аспекті кількісних характеристик категорія «конкурентоспроможність працівника» може визначатися такими показниками, як продуктивність праці та ефективність праці, витрати робочого часу на виконання певних операцій (робіт), якість виробленої продукції, витрати сировини. Кадрова політика також взаємопов'язана з цими кількісними та якісними показниками. Вони складаюсь основу для прорахунку ефективності наявної кадрової політики підприємства, а також дають змогу удосконалити останню [4].

Таким чином, кадрова політика - це складова частина стратегічно зорієнтованої політики організації. Змістом кадрової політики є робота з персоналом у відповідності з концепцією розвитку підприємства. Метою кадрової політики є забезпечення оптимального балансу процесів оновлення і збереження кількісного та якісного складу кадрів у його розвитку відповідно до потреб самої організації. Дана політика повинна відповідати вимогам чинного трудового законодавства і стану ринку праці в регіоні. Це безумовно дозволить підприємствам успішно функціонувати в умовах постійного конкурентного середовища.

Література:

1. Балабанова Л. В. ,Сардак О. В. Управління персоналом : навч. посіб. К. : ВД Професіонал, 2006. 512 с.

2. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Управління персоналом: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 502 с.

3. Грішнова О. А. Людський капітал. К. : Знання, 2004. 214 с.

4. Мартиненко В. П., Руденко Н. В. Кадрова політика як інструмент управління кадровим потенціалом // Ефективна економіка. Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет. 2014. № 4. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2900 (дата звернення: 09.09.2018).

5. Міщенко А. П. Стратегічне управління: навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 336 с.

Лобовська Любов, *студентка магістратури НАКККіМ*

МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління сучасним підприємством у наш динамічний час є досить складною роботою, яку можуть виконувати лише фахівці нової генерації озброєні найсучаснішими знаннями.

Фахівці в галузі менеджменту повинні вміти виконувати функції планування, організації, координації, мотивації, контролю праці робітників організації для досягнення певних цілей. Першочергова задача менеджменту полягає в створенні ефективної організаційної структури, творчого інноваційного клімату, які стимулюють працівників на нововведення. Керівники різних ланок повинні стати ініціаторами технологічних і організаційних змін.

Організаційна структура управління не виникає сама по собі. Вона є результатом продуманої або непродуманої людської діяльності. Люди завжди можуть вибирати і змінювати організаційну структуру. Але при цьому слід дотримуватися певних правил і закономірностей, які відпрацьовані наукою менеджменту й управлінською практикою.

Ефективність організаційної структури управління, яка в кінцевому підсумку виявляється в успішному (рентабельному) функціонуванні підприємства, може бути досягнута за умови, що при її формуванні дотримуються таких вимог [1, 44]:

- чітко формулюється мета підприємства;
- досягається максимальна простота структури. Чим простіше й чіткіше побудована структура, тим легше персоналу зрозуміти своє місце в ній, пристосуватися до даної форми управління і брати активну участь у реалізації цілей підприємства;
- забезпечується чітка передача інформації і відповідний зворотний зв'язок;
- встановлюється єдина підлеглість. Одержання наказу або розпорядження тільки від одного начальника - необхідна умова єдності дій, координації сил, поєднання зусиль. Подвійне командування не тільки зайве, а й шкідливе;
- обмежується кількість підлеглих. Норма управління визначається діапазоном контролю, який залежить від типу виробництва, його складності;
- обмежується кількість ланок управління: чим їх більше, тим довше йде інформація знизу вверх і розпорядження зверху вниз, тим більше можливостей перекручування їх у процесі передачі;
- чітко розрізняються і координуються функції лінійного керівництва і функціональних служб;
- вищим керівництвом координується відповідальність служб.

Для забезпечення координації відповідальності на підприємстві потрібно регулярно аналізувати такі фактори [2, 68]:

- взаємозв'язки основних елементів діючих систем управління, планування, комерційний розрахунок і стимулювання;
- поділ праці за досягнутого рівня концентрації, спеціалізації і комбінування виробництва в організації;
- зміну коопераційних зв'язків, включення і виділення виробничих ланок;
- умови збуту та ресурсне забезпечення;
- функції управління організації;
- структуру виробів і виробництва (наприклад, повне використання сировини і матеріалів, зміна кон'юнктури ринку збуту), враховуючи допоміжне виробництво;
- технологію виробництва;
- управління процесом оновлення виробництва;
- суб'єктивні умови управління (відносини з нижчими керівниками);
- використання засобів раціоналізації процесу управління (оргтехніка, комп'ютери, засоби зв'язку, телеапаратура тощо).

На основі результатів аналізу цих факторів переглядаються структура, функції управління і створюються передумови для безпосередньої перебудови організаційної структури управління.

У процесі удосконалення організаційної структури управління важливого значення набуває своєчасне реагування на якісні зміни процесу виробництва. Це потребує проведення систематичного аналізу і прийняття на основі його результатів відповідних рішень. Всі організаційні рішення призначені забезпечити гнучкість форм управління і, очевидно, виробництва.

В останні роки з переходом до інформаційної економіки поширення набувають організації мережевого типу, в яких структура як така відсутня. Мережа визначається як група фірм, які об’єднуються з метою використання своїх особливостей, ресурсів, специфічних переваг перед іншими для реалізації певних спільних проектів. Мережева організація виникає тоді, коли група осіб, об’єднана деякими організаційними рамками, здійснює взаємодію на базі Інтернет-технологій. Такий технічний базис дозволяє групі, що здійснює спільну діяльність, створити більш гнучку і ефективну організаційну структуру, порівняно з традиційними формами організації. Інтернет у даному випадку виступає як інфраструктура бізнесового середовища, яка дозволяє оперативніше реагувати на зміни, швидше передавати необхідну інформацію, а також підвищувати продуктивність господарюючого суб’єкта [3, 4].

Прикладом таких структур можуть бути фірми-таксі по перевозці пасажирів, що не утримують на власному балансі транспортний парк, гаражі, майстерні тощо, а використовують послуги підприємців-фізичних осіб з власними автомобілями. В даному випадку можна говорити про

віртуальну структуру, тобто структура – сталі взаємозв'язки між окремими елементами – як така відсутня.

В динамічній мережі головна організація виступає в ролі «системного інтегратора», який залучає зовнішні незалежні організації-проектанти, організації-виробники, організації-дистриб'ютори тощо до реалізації її ідеї. Такі незалежні організації формують уздовж ланцюга «проектування – виробництво – реалізація» тимчасовий союз із великої кількості потенційних партнерів для створення, в першу чергу, інноваційного продукту. В даному випадку можна говорити про використання принципу кластеру (CEO+інвестор, маркетинг, BU1, BU2), який утворюється для реалізації певного проекту і при його завершенні розпадається. На сьогодні найбільша кількість організацій, що працюють за принципом кластеру відноситься до сфери інформаційних технологій, так звані «інтегратори» (Oracle, Cisco, Sap тощо). Прикладом кластеру може бути й компанія, що спеціалізується на організації проведення спеціальних подій масштабу «День міста N», яка виступає як головний виконавець перед замовником. Всі інші ресурси вона залучає з різних підприємств і навіть країн.

Внутрішні мережі утворюються шляхом розвитку системи вільного підприємництва в межах великих корпорацій, зачатки якого були закладені в практичній філософії інтрапренерства (внутрішньофірмове підприємництво). Основний принцип їх утворення – взаємодія між підрозділами однієї організації на основі ринкових цін. Підрозділи організації мають можливість здійснювати операції купівлі/продажу і поза межами даної організації. Типовими прикладами є внутрішня кооперація та використання аутсорсингових послуг вузько спеціалізованих компаній (юридичні, облікові, рекрутингові, рекламні, інформаційні тощо послуги) [4].

Незважаючи на все більшу розповсюдженість мережевих структур, їх вибір для реалізації конкретних цілей організації повинен бути достатньо зваженим. Нині багато типів ієрархічних структур вважаються архаїчними, не відповідними уявленням про сучасне підприємство. Частково це так, але поки в більшій своїй кількості вони відповідають реальному рівню управлінської культури і управлінських технологій тих, що існують на пострадянських підприємствах.

Підводячи підсумки, необхідно наголосити на тому, що прийняття рішення на користь будь якого з типових видів структур повинно відповідати цілям і стратегіям розвитку організації та реаліям оточуючого середовища.

Література:

1.Алієва В. Г. Теорія організації: підручник. К. : Економіка, 2006. 265 с.

2. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент. К. : КНЕУ, 2000. 100 с.

3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. Київ: КНЕУ, 2000. 360 с.

4. Щербина О. В. Концептуальні засади та сучасні тенденції розвитку організаційних структур. URL : https://feu.kneu.edu.ua/.../Стаття%20Еволюція%20 (дата звернення : 12.08.2018).

Ляхович Роман, *студент магістратури НАКККіМ*

МЕТОДИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА

Інструментарій стратегічного аналізу різноманітний. Одні вчені намагаються його класифікувати за певними ознаками, інші, виділяють інструменти в розрізі етапів стратегічного аналізу. Все це не дозволяє отримати керівникам систематизовану методичну інформацію по практичному використанню того чи іншого інструменту.

Методологія стратегічного аналізу базується на певній сукупності загальнонаукових і власних (прикладних) методичних прийомів. До першої категорії належать ті прийоми, які ґрунтуються на методі філософії: аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, спостереження, порівняння, моделювання, абстрагування, системний аналіз та ін. [5].

Окрім загальнонаукових методичних прийомів у процесі проведення стратегічного аналізу виникає необхідність застосування різних прикладних прийомів, які і відображають їх унікальність та відмінність від традиційних методів аналізу.

Парасій-Вергуненко І. М. також виділяє традиційні методи аналізу (синтез, індукція, дедукція, порівняння), але крім цього виділяє і інші групи методів стратегічного аналізу [4, 25]:

- евристичні методи («мозкового штурму», експертних оцінок, асоціації та аналогії, метод Дельфі, матричний метод, морфологічний метод);
- оптимізаційні методи (сітьові графіки, лінійне програмування, кореляційно-регресійний аналіз).

Як окремі методи цим науковцем виділено графічні прийоми, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, АВС-аналіз, методи моделювання (сітьового, матричного та структурного).

Осовська Г. В. здійснювала поділ інструментів на статистичні (регресійний аналіз для побудови тренду, моделювання, факторний аналіз) та економіко-математичні методи (математичне програмування: лінійне, динамічне та цілочисельне) [3, 51].

Гордієнко П. Л. здійснює поділ інструментів стратегічного аналізу зовсім за іншими критеріями, а саме [1, 42]:

1) за ланкою управління (керівництво підприємства, менеджери середньої ланки та нижнього рівня управління): інструктивно-описові моделі, які використовуються керівниками підприємств та менеджерами середньої ланки для прийняття загальних рішень, та прогностичні і розрахунково-аналітичні, якими оперують економісти-аналітики, бухгалтери, маркетологи тощо;

2) за видом стратегічного аналізу: ситуаційний аналіз, планування стратегії, прогнози та передбачення, аналіз стратегічних операцій і прийняття рішень;

3) за ступенем формалізації аналізу: інтуїтивні та формалізовані.

Здійснення стратегічного аналізу передбачає проходження відповідних етапів. Кожний етап стратегічного аналізу потребує відповідного методичного забезпечення. Тому деякі науковці виділяють інструменти стратегічного аналізу саме в розрізі етапів. Також існує спроба групування інструментарію за етапами стратегічного аналізу [2, 132]:

1) ідентифікація стратегічного потенціалу (метод порівнянь, дискрептивний аналіз);

2) оцінювання привабливості ринку (концепція стратегічних зон господарювання, екстраполяція, експертні оцінки, моделювання);

3) оцінювання стратегічної позиції (статистичний аналіз та матриця Mc/Kinsey);

4) аналіз місії і цілей (метод побудови «дерева цілей», модель системи управління підприємством);

5) аналіз внутрішнього середовища (метод життєвого циклу товару, життєвого циклу підприємства, графік Портера «рентабельність/частка ринку», крива досвіду та ін.);

6) аналіз зовнішнього середовища (концепція Портера «5 конкурентних сил», PEST-аналіз тощо).

Враховуючи достатньо багатий інструментарій стратегічного аналізу слід зазначити, що на практиці вибір конкретного інструментарію багато в чому залежить від особистих якостей менеджера чи керівника, їх здатності вести фірму до стратегічних цілей.

Отже, використання відповідних інструментів на етапах стратегічного аналізу дає можливість виявити та вчасно гнучко реагувати на зміни факторів зовнішнього середовища, порівняти можливі напрями розвитку підприємства та визначити найбільш перспективні, встановити зв’язки між станом підприємства та можливими стратегічними напрямами розвитку, сегментувати ринок товарів та послуг, визначивши найбільш привабливі для підприємства сегменти, визначити параметри конкурентоспроможності підприємства та ринкову позицію відносно конкурента, визначити альтернативний набір стратегій для кожної господарської одиниці з метою прийняття стратегічних управлінських рішень щодо остаточного вибору і реалізації стратегій розвитку підприємства.

Література:

1. Гордієнко П. Л., Дідковська Л. Г., Яшкіна Н. В. Стратегічний аналіз: навч. посібник. Київ: Алтера, 2008. 478 с.
2. Левик І. С. Інструментарій стратегічного аналізу: класифікація, переваги та недоліки використання // Наука й економіка. 2010. № 2. С. 132–138.

3. Осовська Г. В., Фіщук О. Л., Малійська І. В. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ: Кондор, 2003. 196 с.
4. Парасій-Вергуненко І. М. Стратегічний аналіз у банках: теорія, методологія, практика : монографія. К. : КНЕУ, 2007. 360 с.
5. Хорт О. А. Інструментарій та етапи стратегічного аналізу. URL: http://www.confcontact.com/ 2010alyans/ek1_ hort.php> (дата звернення : 23.08.2018).

Маєвська Тетяна, *студентка магістратури НАКККіМ*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРОС-КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В умовах глобалізації, міжнародної економічної інтеграції та збільшення кількості національних культур, що взаємодіють на світовому ринку, зростає необхідність в крос-культурному менеджменті як інструменті прийняття ефективних рішень з урахуванням культурних і мовних відмінностей. Розуміння національних та інтернаціональних особливостей поведінки людей, в т.ч. міжнародних партнерів, знання систем їх цінностей, суттєво підвищують ефективність управління підприємством, дають можливість досягти взаєморозуміння, вирішити конфліктні ситуації та запобігти виникненню нових, а також розширити географію власного бізнесу.

Так, О. Копієвська в своїх дослідженнях зазначає, що глобальність світу актуалізує питання крос-культурної взаємодії. На думку вченої, остання розглядається як особливий вид зв'язків і відносин, які складаються між представниками різних культурних ідентичностей у процесі взаємного обміну культурними ідеями, нормами та цінностями. Саме тому надзвичайно актуалізується ефективність крос-культурного взаємообумовлення, оскільки в цей комунікативний процес залучені різні соціально-демографічні категорії населення [9, 382].

У зв'язку з виходом України на світові ринки, з метою підвищення економічної ефективності та національної ділової культури, питання реалізації концепцій крос-культурного менеджменту набуває гострої актуальності. Знання особливостей ведення міжнародного бізнесу та їх застосування на практиці, дасть змогу збільшити обсяги міжнародних інвестицій, створити якісний конкурентоспроможній «продукт» та розширити коло потенційних споживачів. Тому, виходячи за рамки національної економіки, особливу увагу необхідно приділити фактору культури, в основі якого традиції, ментальність, духовні цінності народів.

Основні постулати крос-культурного менеджменту сформульовано у роботах Н. Адлер, Г. Хофстеде [1], Р. Льюїса, Ч. Хемпден-Тернера, Г.Тріандіса, Е.Холла, Н. Холдена. Основні ідеї крос-культурного менеджменту полягають у визнанні та повазі культурних відмінностей членів багатонаціонального колективу та формуванні спільної корпоративної системи цінностей, яка дає змогу ефективно використовувати ці відмінності для загального розвитку організації. Вони знайшли своє продовження в дослідженнях багатьох сучасних науковців. Зокрема, ці питання досліджували Н. Тодорова [2], С. Мясоєдов [3], М. Семикіна, Ю. Петрушенко, О. Приятельчук, В. Кравченко, О. Харчишина, Т. Персикова та ін.

Як стверджує Н.Ю.Тодорова: «Крос-культурний менеджмент – це здатність керувати різними ставленнями, культурою, релігіями та звичками людей з метою досягти найкращих результатів у бізнесі» [2, 10-11]. На думку Н.Адлер, крос-культурний менеджмент вивчає поведінку людей в організаціях в усьому світі та описує організаційну поведінку в різних країнах та культурах, порівнює різні моделі цієї поведінки та прагне зрозуміти і покращити взаємодію між працівниками, клієнтами, постачальниками та партнерами з різних країн та культур. За висловом одного з провідних дослідників проблематики крос-культурного менеджменту, голландського вченого Г.Хофстеде, культура – це свого роду «програмне забезпечення інтелекту». За його словами «джерела інтелектуального програмування особистості створюються соціальним середовищем, в якому ця особистість виховується і набуває життєвого досвіду. Це програмування починається в родині, продовжується на вулиці, в школі, в компанії однолітків, на роботі та за місцем проживання» [4]. Під національною культурою ми розуміємо стійку сукупність цінностей, переконань, норм, традицій та стереотипів, прийнятих в даній країні і засвоєних особистістю.

Отже, основними завданнями крос-культурного менеджменту є:

1. Аналіз культурного середовища - вивчення культурних особливостей, виявлення культурно обумовлених знань та їх врахування для формування ефективної системи менеджменту;

2. Поліпшення крос-культурної діяльності – інтеграція учасників у процесі роботи в мультикультурних групах для розробки спільного підходу до розуміння та вирішення проблем;

3. Формування у колективі командного духу та міжкультурної взаємодії;

4. Організація ефективних крос-культурних технологій – створення умов для надходження знань, цінностей, досвіду із різноманітних внутрішніх та зовнішніх культурних джерел та трансформування їх у поведінку, поняття, товари та послуги;

5. Створення та підтримка партнерської, відкритої атмосфери, що полегшує взаємодію культур та сприяє вільному об'єднанню знань.

Ефективний крос-культурний менеджмент означає спільне з представниками інших культур ведення бізнесу, засноване на визнанні та повазі крос-культурних відмінностей та формуванні спільної корпоративної системи цінностей, які б сприймались і визнавались кожним членом багатонаціонального колективу.

Дослідивши сутність крос-культурного менеджменту, нами вказується, що крос-культурний менеджмент досліджує культурні відмінності як на міжнародному, так і на національному рівнях, як за межами, так і усередині національних кордонів. Він охоплює описи поведінки людей – представників різних культур, працюючих в одній організації, і порівняння поведінки людей в організаціях, розташованих в двох і більше різних країнах [5].

Таким чином, впровадження технологій крос-культурного менеджменту дає змогу виявляти, накопичувати та синтезувати культурно обумовлені знання та цим самим створювати унікальний клімат в колективі та унікальну конкурентну перевагуорганізації в цілому. Вивчення світового досвіду крос-культурного менеджменту дасть змогу більш успішно працювати в багатонаціональному середовищі, а переймання основних шляхів його впровадження призведе до довготривалих, конкурентоспроможних відносин на світовому ринку.

Література:

1. Холден Н. Дж. Крос-культурний менеджмент. Концепція когнітивного менеджменту. Москва: Юнити, 2005. С. 321.
2. Тодорова Н. Крос-культурний менеджмент. Донецьк : ДонНТУ, 2008. С. 330.
3. Мясоєдов С. П. Основи кроскультурного менеджменту. М. : Справа, 2003. С. 256.
4. Hofstede G. Cultures and Organizations. London: McGraw Hill Book Company, 1991.
5. Стадник В. В., Вешко О. В. Крос-культурні аспекти формування «організації різноманітності» у діяльності спільних міжнаціональних підприємств // «Scientific letters of academic society of Michal Baludansky». 2016. № 6. С. 154.
6. Попова Н. В., Шинкаренко В. Г. Крос-культурний менеджмент як сучасний механізм адаптації підприємств до сучасних умов розвитку // Вісник Економіки транспорту і промисловості. 2016. № 54. С. 392.
7. Реферати українською. URL : http://www.bukvar.su. 10 (дата звернення : 23.09.2018).
8. Файловий архів для студентів. URL : http://www.studfiles.ru/ preview/5044724/page:2 (дата звернення : 23.09.2018).
9. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. … д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.

Максимов Євген, *студент магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРОТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІЖНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЮ АМАТОРСЬКОГО КІНО «КІНОКІМЕРІЯ»

Реалії сьогодення актуалізували питання щодо вивчення культуроворчого потенціалу сучасних практик в сфері культури. науковці акценують увагу на особистісному та інституційному рівнях при визначенні, формуванні й розвитку культуротворчого потенціалу. Так, на думку О. Копієвської – особистісний рівень передбачає питання розвитку потенціалу людини-споживача культурних послуг, який визначається як здатність до саморозвитку, містить систему внутрішніх ресурсів споживача, що виявляються в діяльності, направленій на отримання важливих соціально-культурних результатів [3, 395]

Однією з важливих культурних практик, яка має значний культуротворчий потенціал в його особистісному значенні є кіно. Здобутки кінотворчості достатньо широко презентують фестивалі. Як

зазначає Л. Зеленська, прикметною ознакою сучасного соціокультурного простору України є стрімкий розвиток фестивального руху у найрізноманітніших його формах, масштабах та тематичному розмаїтті [2, 68]. На активізацію процесу вплинули: економічні, політичні, соціокультурні зміни, що відбулися в суспільстві; розвиток різних видів і жанрів мистецтв, культурних індустрій (зокрема кіноіндустрії; поява нових за змістом і технологіями форм організації дозвілля та рекреації.

Кінофестиваль аматорського кіно і відеофільмів «КІНОКІМЕРІЯ» є щорічним конкурсним спеціалізованим фестивалем, який заснований за ініціативи громадської організації «Фестиваль КІНОКІМЕРІЯ» та активної підтримки аматорів галузі з України та зарубіжжя.

Установчі документи визначають основні мету та завдання кінофестивалю, а саме:

- відродження кіноаматорства в Україні;
- налагодження культурних зв'язківіз зарубіжними кіноаматорами та українською діаспорою в різних країнах світу;
- згуртування талановитої ініціативної молоді для якої кіномистецтво є засобом творчого втілення своєї життєвої позиції – потенційних професіоналів кіно та телебачення [5].

Вперше фестиваль відбувся у 2006 р. в Херсоні, 40 учасників представили на ньому свої 60 конкурсних робіт. У 2007 р. фестивальний проект отримав статус Всеукраїнського, а вже з 2008 р. Міжнародного форуму. У 2009 р. у м. Гданську (Польща) на конгресі, що проводила UNICA – Міжнародна спілка кіно, член офіційної ради UNESCO, кінофестиваль «КІНОКІМЕРІЯ» став дійсним членом від України. З цього моменту саме «КІНОКІМЕРІЯ» здобула ексклюзивне право формувати спеціальну програму кращих аматорських фільмів від України для участі у престижному щорічному Міжнародному фестивалі UNICA. Від того часущорічно у складі журі «КІНОКІМЕРІЇ» працює представник від UNICA [4].

На фестивалі «КІНОКІМЕРІЯ» представлені такі номінації:

- Гран-Прі,
- Кращий фільм дитячо-юнацьких аматорських студій,
- Кращий аматорський фільм,
- Кращий студентський фільм,
- Кращий однохвилинний фільм,
- Кращий професійний некомерційний фільм.

Сьогодні «Кінокімерія» – авторитетний соціокультурний та економічний проект, який визнаний вітчизняною та зарубіжною професійною спільнотою, об'єднує творчий потенціал аматорського кіно, впливає на його подальший розвиток, активізує широкі суспільні верстви та посилює їх інтерес до кіномистецтва, урізноманітнює культурне життя регіону та країни в цілому.

2018 р. фестиваль проходив в тринадцяте 17-19 вересня в м. Скадовськ Херсонської обл. На фестивалі було представлено понад 190 фільмів з 12 країн світу (Німеччина, Хорватія, Естонія, Білорусь, Казахстан, Вірменія, Іран, Іспанія, тощо) та 17 областей України. У проекті прийняли участь близько 100 аматорів.

Персональний склад журі було сформовано оргкомітетом фестивалю із провідних фахівців у галузі кінематографії, а також критиків, журналістів, представників громадськості. До складу журі увійшли Дейв Ваттерсон – Президент Міжнародного Союзу непрофесійного і незалежного кіно (UNICA) при ЮНЕСКО (Велика Британія), В. Пащенко - актор, заслужений артист України, Ю.Гармаш – кінооператор, заслужений діяч мистецтв України, викладач Київського Національного університету культури та мистецтв, О. Парфенюк – кінознавець, заслужений працівник культури України, Ю. Ріпенко – заслужений працівник культури України, член НСКУ викладач КНУ театру, кіно і телебачення ім. І.К. Карпенко-Карого, В.Таранюк – сценарист, письменник, Голова комісії сприяння кіноаматорського руху в Україні НСКУ, С.Федонюк – журналіст, магістр кінотелевиробництва. Очолював журі фестивалю СтанімірТріфонов, кінорежисер, професор, викладач курсу «Кіно і ТВ режисура» (Південно-західний університет «Неофіт Рильський», м. Благоєвград), курсу «Кінорежисура» (Новий Болгарський університет, м. Пловдів, Великотирновський університет ім. Кирила та Мефодія, м. Велико Тирново).

Міжнародний фестиваль аматорського кіномистецтва «КІНОКІМЕРІЯ» було проведено на належному організаційному та мистецькому рівні: підготовлені та технічно оснащені локації для перегляду конкурсних робіт; сприятливі умови для роботи журі, преси, громадських організацій; інформаційна підтримка форуму в засобах масової інформації тощо. Наприкінці роботи фестивалю

відбулося його урочисте закриття, церемонія нагородження переможців та прес-конференція. З найкращих фільмів XIII МУФ «КІНОКІМЕРІЯ» сформовано українську програми фільмів, яка буде представлена на 80-му Міжнародному фестивалю UNSCA у Нідерландах у серпні-вересні 2019 року.

Важливим підсумком роботи фестивалю організатори вважають робочу зустріч заступника Міністра культури України Ю. Рибачука з Президентом UNICA Дейвом Ваттерсоном, яка відбулася 20 вересня та на якій обговорені питання можливості проведення у 2022 р. в Україні 84-го Міжнародного фестивалю непрофесійного і незалежного кіно UNICA. У зустрічі брали участь заступник голови Державного агентства України з питань кіно С. Неретін, представник Міністерства закордонних справ України, начальник Департаменту культури, туризму та курортів ХОДАС. Думінська голова ГО «Фестиваль «КІНОКІМЕРІЯ» Є. Максимов. Цей факт є свідченням активізації процесів кінотворчості та кіновиробництва в Україні, які, в свою чергу, є ефективним засобом міжкультурного співробітництва, налагодження діалогу між народами та збереження національних мистецьких традицій.

Література:

1. Зеленська Л. М. Івент-менеджмент : навч. посіб. Київ : НАКККіМ, 2018. 148 с.
2. Зеленська Л. М. Менеджмент мистецьких фестивальних проектів: інноваційні підходи // Креативні індустрії в сучасному культурному просторі : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції, Київ, 26 травня 2016 р. Київ: НАКККіМ, 2016. С. 68–71.
3. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.) : дис. д-ра культурології : 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
4. Міжнародний союз непрофесійного кіно «UNICA». URL: http://www.unica-web.com (дата звернення :12.09.2018).
5. Міжнародний фестиваль аматорського кіно «Кінокімерія». URL: http://www.kinoamator.org.ua (дата звернення: 22.09.2018).

Марченко Юлія, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту
та індустрії дозвілля КНУКіМ

ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

У сучасному інформаційному суспільстві особливо значимим виявляються питання, пов’язані із застосуванням PR-технологій у культурному просторі нашої держави. Напрями культурного розвитку та управління культурними практиками населення значною мірою визначаються використанням інноваційних засобів PR, що спонукає нас до їхнього детальнішого аналізу.

Основним інструментом PR в сучасному суспільстві є, безумовно, інтернет-мережа, яка дозволяє впливати на суспільну свідомість у режимі «24-7-365» й успішне використання якої дозволяє:

– налагодити безпосередню взаємодію між учасниками комунікативного процесу;

– забезпечити практично повну доступність будь-якої інформації (та її миттєвого обговорення) в реальному часі;

– оптимізувати процес формування (зміцнення, коригування, контролю) громадської думки щодо певної події, явища чи кандидата шляхом реагування на коментарі відвідувачів інтернет-сайту й нівелювання «непотрібних» повідомлень / коментарів;

– забезпечити впізнаваність, популярність й авторитетність політичного суб’єкта у вітчизняному соціокультурному просторі;

– здійснювати «прихований» вплив на сприйняття цільовою аудиторією певних явищ, людини, події, конфлікту, процесу тощо з метою коригування суспільної реакції.

Серед інтернет-сайтів, які тримають першість в Українському віртуальному просторі можемо назвати такі як Google.com (98,18% користувачів) та Youtube.com (80,1% вітчизняної аудиторії). Диференційований підхід до споживача (тобто, урахування його віку, статті, освіти, релігійної

приналежності, місця роботи, професійних уподобань тощо) найповніше забезпечують соціальні мережі, серед яких першість посідає (станом на квітень 2018 р.) Facebook (65,38% споживачів) [1] та блоги (блогосфера використовується, переважно, для формування думки серед інтелектуальної еліти суспільства й лідерів громадської думки, а також активізації суспільних рухів та волонтерів).

Прикметно, що згідно із світовою статистикою соціальних мереж, найбільшу кількість користувачів, як і в Україні, охоплює Facebook (62,18%). А от другу сходинку займає мережа Pinterst (16,12%), яка набирає активної популярності завдяки можливості пошуку інформації за малюнками та фото. Видається, у недалекому майбутньому вона приверне увагу й українського суспільства [4].

Серед новітніх засобів PR, що використовуються для зміцнення політичної культури людини і зарекомендували себе як доволі ефективні у контексті соціальної відповідальності особи чи організації перед суспільством, використовується краудфандинг, основним принципом якого є надання фінансової підтримки тематично різноманітним соціальним та культурним проектам (яскравий приклад – проект «Нові лідери»). Метою таких соціальних проектів є «наблизити соціум до особистості, зробити його гуманнішим … сприяти реалізації прав людини, що залежні від найближчого оточення, рівня соціально-психологічної та духовно-моральної культури тих осіб, які безпосередньо формують «зону» життєдіяльності людини» [3, 95].

Використання інтернет-маркетингу як засобу PR дозволить охопити увагою корпоративні сайти, email-маркетинг та врахувати у процесі формування громадської думки специфіку електронної комерції, пошукового та афілійованого маркетингу, використати інтернет-рекламу та вірусний маркетинг. Зокрема, перевагами інтернет-реклами є її доступність, інформативна насиченість, масовість, змінюваність, відносно невисока вартість використання, легкість користувацького пошуку. Проте, суттєвим недоліком, який може звести нанівець усі зусиллям PR-технологів може стати зростання недовіри до поданої інформації.

Тому, основними принципами PR мають стати: персоналізація звернення; «активність» участі (інтернет-моніторинг, відстеження змін, комплексний аналіз); стратегічне планування й прогнозування; створення доброзичливої соціально-культурної атмосфери для ділової та культуротворчої активності [3, 99].

Аналізуючи інновації у PR-технологіях, маємо вказати на необхідність урахування специфіки культурних благ та послуг, а також чинників, що впливають на ефективність просування певного культурного продукту.

Видається корисним вказати на такі вимоги щодо застосування PR-технологій у культурному просторі як: пізнаваність та системне нагадування; адресність та диференційованість PR-повідомлення; комунікативність; інтерактивність. Щодо особливостей використання PR-технологій у сфері культури, маємо акцентувати увагу на їх певній епатажності, провокативності, сенсаційності, перформативності та розважальності.

Здійснене нами дослідження дозволило дійти таких висновків. Інноваційні PR-технології, що використовуються у вітчизняному культурному просторі, характеризуються змістовою різноманітністю та можливостями. Їх основні принципи роботи визначаються, з одного боку, особливостями використання власне засобів PR, а, з іншого, формуються під впливом чинників, що визначають функціонування культурної діяльності. Тому провідними потребами у їхній реалізації мають стати своєчасне використання новітніх платформ, неперервне відстеження потреб та інтересів цільової аудиторії, забезпечення умов для планування й прогнозування відповідних заходів, їх видовищності та інтерактивності.

Література:

1. В Украине определили ТОП-10 популярных сайтов: среди них только одна соцсеть. URL : https://fakty.ua/267419-v-ukraine-nazvali-top-10-populyarnyh-internet-sajtov-sredi-nih-tolko-odna-socset (дата звернення : 17.09.2018).

2. Зеленская Ю. Эпатаж как инструмент PR // Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и PR». 2003. № 1(26). URL : http://www.advlab.ru/articles/article223.htm (дата звернення : 17.09.2018).

3. Малявкина И. Рекламные и PR-технологии как средство продвижения социально-культурных проектов // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологи. 2013. С. 94–100.

4. Статистика социальных сетей мира. URL: https://marketer.ua/top-social-media-2018 (дата звернення : 07.09.2018).

Меленець Ганна, *студентка магістратури НАКККіМ*

ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ КЛУБНОГО ТИПУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сьогодення актуалізувало дослідження інноваційних форм забезпечення культурних послуг в закладах культури. Саме на заклад культури покладена визначальна місія щодо створення сприятливих умов для реалізації культурних прав і свобод людини. вище окреслені питання є активно обговорюваними серед українських дослідників. Так, Копієвська Ольга Рафаілівна розкриває питання важливості інноваційних форм в закладах культури в ряді наукових публікацій, а саме монографіях: «Трансформаційні процеси в культурі сучасної України» [6], «Культурна функція держави в контексті національного державотворення» [5], « Культурно-дозвіллєва діяльність у сучасному світі» [3], в науковій статті «Культуротворча місія закладу культури» [4]. Одним з об'єктів наукових досліджень є заклади клубного типу.

Сучасний стан Будинків культури перебувають, на сьогодні, у занепаді. Вони не вносять у стан культури та відпочинку суспільства новітні заходи чи не організовують масові концерти, квести конкурси у містах чи містечках України. Нажаль, також Будинки культури втратили свою початкову роль, жителі міст України не відвідують різні заходи, які організовуються його колективом, а інколи таких організацій взагалі може не бути, тому вони позбуваються своєї духовно-культурної цінності.

За 11-томним тлумачним словником української мови «клуб – це громадська організація, що об'єднує людей певного кола, професії для спільного відпочинку, розваг, занять спортом та ін.» [7]. Це одне із визначень. У СРСР клубом називали сучасний Будинок культури, де організовувались концерти, тематичні вечори, відпочинок працівників різних сфер. На сьогодні, таке визначення намагаються змінити, але головним залишається організація жителів певного міста на відпочинок та розвиток.

Історія формування Будинків культури є великою. Ще у давні часи люди організовувалися у спільні колективи за інтересами, щоб відпочивати чи ділитися певними новинами із життя. «Ще з кінця XVIII століття стали виникати клубні форми проведення часу дворян – Англійські клуби в Москві та Петербурзі для спадкових дворян. Своїм завданням вони ставили організацію відпочинку, спілкування та розваг представників дворянських кіл. Початок XIX століття – час розвитку салонів, гуртків, товариств різної спрямованості (музичних, літературних, спортивних)» [1]. Далі розвиток, так званих, клубів пішов вперед «у 20-ті роки стала активно розвиватися художня самодіяльність, гуртки створювалися у військових частинах, клубах, народних будинках. Після неврожаю 1921 року, який став наслідком громадянської війни, культурно дозвіллєві установи перевели на місцевий бюджет, що призвело до скорочення закладів культури, особливо у сільській місцевості. І лише з продовженням фінансування почалося відновлення мережі та її розвиток. Наприкінці 20-х років був відкритий перший Будинок Культури, на початку 30-х – Палаци культури, а в сільській місцевості – колгоспні та радгоспні клуби та бібліотеки. У клубах, Будинках і Палацах культури проводилися вечора «обміну досвідом», «робочої кмітливості». Стали регулярно проводитися огляди народної творчості.

З другої половини 30-х років у життя увійшли нові типи культурно-дозвіллєвих закладів – пересувні бібліотеки, кіно- та радіо передвижки, пересувні виставки, агітповозки, агітмашини, які обслуговували населені пункти, де не було установ культури, а також селян. Відбулися зміни у системі управління культурно-просвітницькою роботою. Сфера дозвілля цього часу відзначена збільшеною відвідуваністю клубів, Будинків і Палаців культури, бібліотек, кінотеатрів, театрів» [1].

Наприкінці XX століття створювалися комплекси Будинків культури, де організовувались аматорські театри, гуртки, відбувалися «кінотеатри», дискотеки та інші заходи культури та відпочинку. Почали з'являтися молодіжні організації дозвілля. Зараз існують як державні так і приватні Будинки культури. До комерційних закладів відносять нічні клуби, розважальні комплекси. До державних входять: палаци дітей та молоді, культурно-спортивні центри, центри творчості дітей і молоді та інші заклади, які готують молоде покоління хореографічному, музичному та іншому мистецтву, а також використовують сучасні методи роботи та розвивають нові можливості для розвитку таких закладів.

На сучасному етапі відбувається перебудова Будинків культури. Відбуваються зміни у організації відпочинкових та культурних заходів, а також модернізація клубів за прикладом закордонних зразків культури. Ці зміни проходять не тільки шляхом оновлення методів, форм та

засобів будування розвитку культури у суспільстві, а також і оновлення зовнішнього вигляду таких закладів. Тому можна запропонувати такі форми оновлення Будинків культури:

- Знаходити меценатів, які створюють грошову підтримку для Будинків культури;
- Організовувати гастролі для творчих колективів Будинків;
- Створювати майстер-класи для жителів міста;
- Оновлювати матеріально-технічне забезпечення.;
- Створювати Інтернет канали чи сайти для розвитку Будинку й сприяти залученню більшої кількості людей;
- Організовувати благодійні акції, фестивалі, зустрічі із відомими людьми;
- Створювати навчання(тренінги) для громади.

Усі ці заходи сприяють оновленню сучасних Будинків культури, створюють підґрунтя для збільшення відвідування такого культурного закладу.

«Основним профільним законом у сфері культури (а функціонування клубних закладів, головним чином, належить до цієї сфери) вже доволі тривалий час залишається Закон України «Основи законодавства України про культуру» (від 14 лютого 1992 року № 2117-XII)» [2].

Ще однією можливістю, яка може сприяти оновленню Будинків культури – це кваліфіковані молоді кадри, що мають досвід у організації масових заходів або бажання створювати нові творчі колективи, концертні заходи, які внесуть сучасні віяння для того, аби з'явилась більша кількість відвідувачів.

Отже, Будинки культури на теренах України потребують оновлення, але все ж їх сучасний стан не такий важкий, як здається на перший погляд. Відбувають певні зрушення до оновлення таких закладів культури, що дає надію на те, що це Будинок культури буде одним із головних центрів відпочинку та розвитку жителів міст та містечок України.

Література:

1. Діяльність будинків культури по задоволенню потреб територіальних громад: звіт за результатами досліджень. Кіровоград : ІСКМ, 2011.С. 1–19.
2. Ковальчук Т. С. Формування сучасного будинку культури на теренах України // Проблеми розвитку міського середовища. 2011. Вип. 5–6. С. 89–96.
3. Копієвська О. Р. Культуротворча місія закладу культури // Культура народов Причерноморья : научный журнал. Симферополь : ТНУ им. В. И. Вернадского, 2014. № 269, квітень. С. 147–150.
4. Копієвська О. Р. Культуротворчий потенціал закладів культури в Україні // Культурно-дозвіллєва діяльність у сучасному світі : колективна монографія. К. : Ліра-К, 2017. С. 156–165.
5. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в контексті національного державотворення : монографія. К. : НАКККіМ, 2010. 272 с.
6. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.
7. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. К. : Наукова думка, 1970–1980.

Мельник Ольга, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту і шоу-бізнесу КНУКіМ

ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ

Одним із важливих факторів розвитку суспільства є культура. Саме культура має найбільш широкий обсяг дії, тому що є полісемантичною. З розвитком людства, розвивались і культурні практики, які займають визначальне місце в житті людини. Це привело до виникнення закладів, в яких люди гуртувалися, об'єднувалися за спільними поглядами, прагненнями, можливостями, родом діяльності та соціальним статусом. Так виникла і велика кількість різноманітних закладів культури для забезпечення культурних потреб людини.

Досліджуючи потенціал закладів культури науковці, а зокрема О. Р. Копієвська акцентує увагу на значному комерційному тиску на заклади культури, підпорядкуванні їх функціонального призначення законам ринку призвели до зниження культуротворчого ресурсу, втрати його

соціокультурної складової, що зумовило зниження якості культурних продуктів і послуг і, відповідно, унеможливило здійснення покладеної на заклад культури культуротворчої місії [1, с.337-338].

Різноманітність культурних закладів полягає ще й у впливі культурно-історичних епох. Тобто у Античності був космогонічний світогляд, що зумовлювало направлення культурних практик на розвиток особистості, як основної частки космосу; у Середньовіччі – теоцентризм, що направило людей на поклоніння Богу і повне знищення особистості і власної думки; а от у Відродженні з'являються гуманісти, які проголошують антропоцентризм і це стає основним поштовхом до масового розвитку культурного дозвілля людей; у Просвітництві культурні практики набули найрізноманітніших форм, адже людина розглядається, насамперед, як суб'єкт культури, завдяки культурі людина має змогу звільнитися через творчість.

В наш час в культурних практиках поєднуються всі вище згадані епохи, завдяки створенню культурних закладів клубного типу. Так люди які мають певний спільний світогляд, можуть об'єднатися у певні гуртки, закритого чи відкритого типу, і насолоджуватися спілкуванням з однодумцями, займатися культурними практиками, які дозволені їхнім світоглядом, релігією, фізичним, розумовим і психічним станом. Це дозволяє вільно обирати для людини, що їй до вподоби. Але в інформаційному суспільстві, нажаль, дуже складно не піддаватися впливу різноманітних культурних угрупувань, які, подекуди, нав'язують свою думку іншим. Щоб розібратися що ж погано, а що добре, що цікаво, а що ні, здебільшого, люди звертаються до пошуку в інтернеті, який є одночасно і найбільшою загрозою, і найбільшим помічником для закладів культури.

Заклади культури відіграють наразі важливу роль у розвитку особистості. Їх різноманітність дає можливість розвинути всі грані творчого потенціалу людини, а також допомагає всебічно розвиватися, що є дуже важливим у нашому часі. Адже у будь-якій професії цінуються люди, які вміють спілкуватися в колективі, швидко вирішувати проблеми, мають наполегливість, креативність і є цікавими співрозмовниками. Саме завдяки таким якостям можна добитися успіху і саме ці якості закладаються в людину в закладах культури, особливо в дитячих гуртках творчості. Тому найкраще змалечку навчати дітей культурі і приводити їх в спеціальні заклади, де вони зможуть найкраще себе проявляти, це допоможе дитині бути впевненою в подальшому житті.

Та є ще одна і не менш важлива роль закладів культури – розважальна. В сучасному суспільстві люди мають шалений ритм життя, як в селі так і в місті. Це призводить до погіршення психічного здоров'я людини, що напряму зв'язане з фізичним. Люди швидко втомлюються, що призводить до зниження працездатності, уваги, конфліктних ситуацій. Саме для цього і є заклади культури, щоб розважити, відволікти від буденності, зарядити позитивом і допомогти стабілізувати психічний стан людини. Розважальна функція є найбільш затребуваною в сучасному суспільстві.

Та є ще третя, напевно, найважливіша функція закладів культури – збереження та відтворення культурної спадщини. Саме ця функція поєднує 2 попередні і робить їх нероздільними. Як писав Максим Рильський «Хто не знає свого минулого, той не вартий майбутнього» – і саме це є основою третьої функції. Культурні навички, твори мистецтва які дійшли до нас з минулого, ми вивчаємо, відтворюємо та намагаємось оновлювати їх для розуміння новими поколіннями. Будь-які аспекти відносин у суспільстві закладені в нашому культурному минулому і саме заклади культури (музеї, будинки культури і т.д.) забезпечують людей їх вивчення, споглядання та розвитком.

Культурні потреби людини забезпечувались, забезпечуються і будуть забезпечуватись закладами культури, адже людина потребує спілкування, знання і культурного задоволення.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології: 26.00.06. К., 2018. 487 с.
2. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах. К. : Кондор 2005. 408 с.

Мельниченко Вероніка, *студентка магістратури НАКККіМ*

ФЕСТИВАЛЬ СУЧАСНОЇ МУЗИКИ ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

«Музика – найприродніший міст між країнами. Ти можеш не знати мову, але музику зрозумієш» [1], – так висловилась засновник і президент Koktebel Jazz Festival, український продюсер Лілія Млинарич. З цим твердженням неможливо не погодитись, адже й справді музика об'єднує людей різних куточків світу. Тому і не дивно, що перші фестивалі виникли саме музичного напряму. І на сьогоднішній день вони є невід'ємною частиною культурно-дозвіллєвого життя суспільства.

Відомо, що зародження фестивальної діяльності почалося ще за давніх часів і було пов'язане з обрядовістю. Протягом століть тематика та форма проведення фестивалів змінювались і зараз, у XXI ст., ми спостерігаємо за новим етапом розвитку цього музичного дійства.

Адже, сучасна музика досить розвинута, має багато жанрів, а також зароджуються нові віхи. Серед популярних та улюблених жанрів сучасності можна виділити такі, як народна, поп-, хіп-хоп, електронна, RnB та рок-музика [2]. Таким чином і фестивалі можуть бути присвячені як одному музичному напрямку, так і охоплювати різні стилі та жанри сучасної музики.

На даний момент музичний фестивальний рух в Україні ще тільки розвивається, натомість у Європі та Америці це явище вже є не новим, а деякі фестивалі вже кілька десятків років проводяться на теренах тієї чи іншої країни.

Така тенденція пов'язана, передусім, з тим, що наша держава довгий час була у складі СРСР, тому активізація фестивалів в Україні почалась приблизно із здобуттям незалежності.

Одним із перших великих фестивалів української музики є «Червона рута», яка стала особливим культурним феноменом і започаткувала в Україні національний шоу-бізнес. Фестиваль має особливу творчу концепцію, яка відкриває нові імена, здійснює цілеспрямований пошук та підтримує молодих, невідомих музикантів, постійно продукуючи нових поп-зірок вже майже 30 років [3].

До найбільш відомих заходів сучасної музики в Україні варто зазначити міжнародний фестиваль етнічної музики «Країна мрій» (який існує з 2004 року та ініціатором його проведення є Олег Скрипка»), фестиваль української музики, який вже п'ятий рік поспіль проходить у м. Тернопіль – «Файне місто», фестиваль рок-музики «Рок булава» (м. Переяслав-Хмельницький), щорічний міжнародний джазовий open-air захід «Leopolis Jazz Fest» у Львові.

З 2009 р. в невеличкому селі Родатичі Львівської області проходить щорічний музичний фестиваль – «Zahidfest», головним організатором та засновником якого є Яків Матвійчук. Пріоритетними музичними напрямами даного фестивалю є рок та етно. Проте, основною відмінністю від всіх інших фестивалів є те, що «Zahidfest» проводиться без підтримки спонсорів, політичних, чи будь-яких організацій [4].

Втім «Atlas Weekend» – один із наймолодших фестивалів сучасної музики в Україні, який вже встиг заполонити серце меломанів. Захід вже є міжкультурним дійством, адже об'єднує як вітчизняних, так закордонних музикантів із світовим визнанням, а засновником вже наймасштабнішого сучасного фестивалю країни є Дмитро Сидоренко. Вперше дійство відбулось у 2015 р. в Києві і вже четвертий рік поспіль організатори запрошують всіх охочих відвідати цю грандіозну музичну подію [5].

На цей час в Європі є безліч музичних фестивалів на будь-який смак. Наприклад, один із найбільш масштабних і знакових музичних подій Заходу є фестиваль Sziget у Будапешті. Музична програма події є багатожанровою і проходить протягом 7 днів вже більше 20 років, а засновником заходу є Карой Герендаї.

Грузинський фестиваль електронної музики «GEM Fest» теж не поступається яскравістю події. Найкращі зірки світової електросцени, виконавці та діджеї, сучасні художники та дизайнери, кінематографісти і навіть спортсмени – всі збираються в містечку Анаклія. Засновником і організатором дійства є Гіоргі Сігуа, а фестиваль відбувається щорічно з 2015року [6].

Наймасштабнішим музичним фестивалем просто неба у Польщі є «Open'er Festival» і, можливо, це найбільш значна музична подія в місті Гдиня, що розташоване на Балтійському морі. На фестивалі представлена музика різних жанрів, це і рок, поп, альтернативна, танцювальна та електронна музика.

Також слід згадати фестиваль сучасної музики «Rock en Seine» у Франції, який проходить з 2003 року і з тих пір його масштаби не перестають рости, а кількість відвідувачів просто вражає – близько 120 тисяч осіб.

Між тим, австрійський «Donauinselfest» вважається найбільшим музичним фестивалем Європи під відкритим небом. Мабуть, через те, що він безкоштовний і у 2015 році організатори встановили рекорд з кількості відвідувачів. Так, за 3 дні в одній локації було зібрано 3,3 млн відвідувачів і це досягнення було зафіксоване у Книзі рекордів Гіннеса [7].

Найбільшим американським фестивалем вважається Summerfest. Він об'єднує чи не усі стилі музики від поп до рок, від кантрі до електронної музики. Протягом 11 днів на майданчиках цього фестивалю виступають найвідоміші у всьому світі виконавці і захід відвідує понад 900 тисяч меломанів.

Отже, в Україні розвиток фестивальної діяльності все ж таки поступається закордонному. Адже, масштабність деяких світових музичних фестивалів просто вражає. Проте, наша країна має значний потенціал для піднесення фестивальної діяльності на вищий міжнародний рівень і завдяки цьому залучити ще більшу кількість іноземних туристів.

Література:

1. Рингис Анастасия Лилия Млинарич: Фестиваль – это телескоп, в который видно глобальный мир. URL: https://life.pravda.com.ua/culture/2015/08/25/199096/ (дата звернення: 28.08.2018).
2. Веб-сайт «Естетика у сучасному світі». Сучасна українська музика та її потенціал. URL: http://estetica.etica.in.ua/suchasna-ukrayinska-muzika-ta-yiyi-potentsial/ (дата звернення: 28.08.2018).
3. Веб-сайт «Фестиваль «Червона рута». URL: http://rutafest.art/index/chervona_ruta_jak_kulturnij_ fenomen/ 0-7 (дата звернення: 28.08.2018).
4. Веб-сайт «Zahidfest». URL:https://zaxidfest.com (дата звернення: 08.09.2018).
5. Веб-сайт «Atlas Weekend». URL: https://atlasweekend.com (дата звернення: 18.09.2018).
6. Найкращі світові фестивалі. URL: https://tripmydream.ua/blog/sobytiya/kraschi-svitovi-festivali-minylogo-lita-i-majbytnogi-oseni (дата звернення: 23.08.2018).
7. ТОП-10 популярних музичних фестивалів Європи. URL: http://travelyourway.com.ua/ua/blog/top-10-samyh-populjarnyh-muzykalnyh-festivalej-evropy/ (дата звернення: 22.08.2018).

***Моісеєва Аліна**, студентка магістратури НАКККіМ*

ТЕМАТИЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ «БРЕНД» У НАУКОВО-ПРАКТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Більша частина населення світу сприймає дефініцію «бренд» як категорію моди, торговельних марок. Душа споживача вже не розгублюється серед різноманіття брендів, бо вона серед них живе. Насправді поняття є ширшим, комплексним і міждисциплінарним явищем. Основні підходи до вивчення використовують представники таких наук, як економіка, політологія, менеджмент, маркетинг, іміджелогія, культурологія та ін.

Термін «бренд» в українську мову прийшов шляхом запозичення з англійської. Слово має доволі широкий спектр значень до яких відносимо не лише товарний знак, назву фірми, клас, сорт (ґатунок), а ще й опік, тавро [3]. Шляхом випаювання певних символів, позначали(клеймували)свою худобу у Стародавньому Єгипті і рабів та гладіаторів у Стародавньому Римі. Ремісники ж робили відтиски на цеглинах, глиняних, кованих виробах, таким чином підтверджуючи походження й якість даного виробу. На сьогодні не досягнуто єдності в походженні даного терміну, деякі вчені приписують йому скандинавські витоки.

Досі науковці в сфері економіки, маркетингу, політології не дійшли принципової згоди щодо визначення поняття «бренд». Різниця, головним чином, полягає у трактуванні одними дослідниками бренду як товару, а іншими – як уявлення про товар у свідомості потенційного споживача.

Відомий маркетолог Ф. Котлер визначає, що «бренд» – це обов'язок продавця надати таку послугу покупцеві, яку він отримує щоразу коли купує її. Зі сталими наборами переваг на ринку [2]. У маркетингу цей термін включає в себе всю інформацію, яка упізнається відразу, є доступною та включає в себе не лише назву та логотип, а й образ та репутацію в очах громадськості.

На думку Американської маркетингової асоціації (АМА), бренд як продукт брендингу – це «назва, слово, дизайнерське рішення або їх комбінація з метою позначення товарів і послуг конкретного продавця або групи продавців для відмінності їх від конкурентів».

Правознавці трактують поняття як складний засіб вираження індивідуальності учасників товарно-ринкових відносин. Основу ж складає інтелектуальне право власності, що проявляється у візуальній, смаковій та тактильній формах. В сукупності відображає образ виробника у свідомості споживача.

В полі науки культурології проблематика бренду є новою. Між культурою та брендом існує тісний взаємозв'язок. Для цільової групи бренд будь-якої території є символом країни чи міста. Оскільки кожна географічна зона володіє власною унікальною культурою, то й бренд, будучи частиною культури певного місця, одночасно стає своєрідним її транслятором, за рахунок чого проявляється культурна складова його впливу на споживача. Першими кроками у спробі наукового осмислення цієї теми стали такі дисертаційні роботи, як, наприклад, «Бренди у системі культури» О. Маркіної, «Культурологічна системогенетика бренду» Н. Шабалова, а також «Символічна сутність бренду у сучасній культурі» Ю. Запесоцького. Бренд закономірно стає об'єктом вивчення культурології, водночас культурологічна специфіка сфери дії бренду перегукується з ракурсами розгляду бренду іншими науками, але не розчиняється в них і створює окреме дослідницьке поле. Питанням національного бренду займаються такі вітчизняні вчені як І. Бураківський, Т. Завгородня, В. Мірошниченко, Г. Полішко, А. Старостіна. Дослідниця О. Копієвська в своїх наукових доробках звертається до вивчення основних складових бренду держави, а саме культурний ландшафт і архітектоніка. Осанні на думку вченої мають беззаперечний вплив на формування національного іміджу (бренду) держави до культуротворчого потенціалу регіону, міста [1, 138].

З огляду на постійне оновлення інформації довкола терміну та вивчення іншими науками, питання типологізації поняття «бренд» актуальне і потребує подальших досліджень.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології: 26.00.06. К., 2018. 487 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. / пер. с англ.; под ред. С. Г. Божук. СПб. : Питер, 2006. 464 с.
3. Collins dictionary. URL: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english (viewed on November 26, 2018)

Мончак Юлія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЧЧИНИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ МОЛОДІ

Зміна соціальної та економічної ситуації на сучасному етапі розвитку Вінниччини та властивої їй культури зумовлює потребу формування соціально активної особистості, яка володіє цілісним світоглядом, адаптивними здібностями, що забезпечує продуктивність її соціокультурної діяльності. Ці вимоги, а також швидкоплинність сучасної культури, актуалізує питання про пошук сенсозначущих орієнтацій людини, які перебувають поза межами суто утилітарних потреб та інтересів. При цьому, означені орієнтири покликані вирішувати двоєдине завдання: з одного боку, вони мають допомогти зберегти те найкраще, що вже накопичено культурою, а з іншого, забезпечити подальший розвиток цієї культури на основі розуміння й толерантного ставлення як до представників свого регіону, так і інших мешканців держави.

Як стверджує М.Каган: «значення розрізнення-зчеплення понять «соціальний» і «культурний» у проекції на саму людину допомагає усвідомити, що її сутність не чисто природна (біологічна), а тристороння, біо-соціо-культурна» [1, 110].

У працях провідних вчених сучасності, таких як: В. Горбик, С. Горський, Т. Дворова, О. Дорошко, А. Ємченко, В. Євдокименко, А. Зайцева, В. Зінченко, А. Козицький, О.Копієвської, Н. Крачило, О. Лугова, М. Лукашевич, Я. Луцький, та інших часто можна зустріти підняття питання щодо ставлення соціокультурних цінностей сучасної молоді та їх зв'язок з туристичним, культурним

та економічним життям регіону. Серед науковців, зокрема О.Р. Копієвською, актуалізується питання про важливість і виняткову роль культурного ландшафту, якій має в його сучасному розуміння значний культуроворчий потенціал [2, 3].

Важливу роль у процесі формування соціокультурного світогляду сучасної молоді на Вінниччині належить туристичній галузі, адже саме туристична галузь являється надзвичайно важливим соціокультурним феноменом сучасності. Вона тісно пов'язана з розвитком суспільства, підпорядковується його законам та через свої функції впливає на життєдіяльність суспільства. На початку XXI століття туризм став невід'ємною складовою економічного, політичного та соціокультурного життя Вінниччини.

Вінниччина являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток і має значні рекреаційні можливості, що сформувалися завдяки географічному положенню та її історичному розвитку. Тому вона має реальні перспективи розвитку туристичної галузі, завдяки чому повинна зайняти достойне місце серед туристичних лідерів. Окрім іншого визначні туристичні пам'ятки «це джерело генеалогічної, біографічної та автобіографічної інформації першочергової вартості»[5, 3]. Вони мають величезний вплив на розвиток соціокультурних потреб молоді.

Важко переоцінити вплив туристичних об'єктів на виховання та навчання молоді. Туристично-культурні об'єкти, музеї, наприклад, Національний музей-садиба М. І. Пирогова є навчальною базою Вінницького національного медичного університету: тут проводяться заняття з історії медицини, засідання студентських наукових гуртків [6, 4] садиба фон Мекк у Браїлові, де зараз знаходиться музей П.Чайковського та Браїлівський професійний ліцей.

Процес засвоєння історично-культурних цінностей проходить через знайомство з різноманітними текстами, звичаями, нормами поведінки. При взаємодії з усім цим особистість, проходячи шлях формування члена даного суспільства, приймає цінності, які зафіксовані в культурі.

Громадськість, у тому числі і молодь регіону має величезний вплив на розвиток туристичної сфери. Наприклад, у 2007 році з метою популяризації нових туристичних маршрутів по Східному Поділлю проведено конкурс «Сім чудес Вінниччини» і відзначено найяскравіші шедеври вінницького краю, створені природою та працею і натхненням людини[7, 4].

Туристичний потенціал – лише один аспект масштабного процесу соціокультурних змін у суспільстві. Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Вінницькій області. Область має багатий туристичний потенціал: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство флори і фауни, якісні мінеральні та прісні підземні води, санаторно-курортне лікування (курорт державного значення Хмільник та Немирів), сплави річковими порогами Південного Бугу [8, 68-69], історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал, достатні людські ресурси, розвинуту мережу транспортного сполучення, можливість авіасполучення (функціонують авіарейси на Київ, Варшаву, Тель-Авів, Анталію та Шарм-Ель-Шейх).

В області на державному обліку перебуває 4307 пам'яток культурної спадщини: 1739 – археології, 1893 – історії, 526 – містобудування та архітектури, 101 – монументального мистецтва, 47 – садово-паркового мистецтва, 1 – ландшафтна.

В процесі становлення соціокультурних цінностей сучасної молоді Вінниччини важливим процесом є збереження культурної спадщини, сприяння розвитку культури і мистецтва регіону та створення належних умов для розвитку туристичного потенціалу. З цією метою здійснюються та впроваджуються ряд наступних заходів:

– проводяться державні, міжрегіональні, обласні та місцеві заходів аматорського мистецтва;

– популяризуються музейні цінності планується видання двомовного альбому до 100-річчя Вінницького обласного краєзнавчого музею;

– готуються нові кваліфіковані кадри галузі на базі обласних навчальних закладів у сфері культури;

– відбувається розвиток туристичної інфраструктури, розроблюються та впроваджуються нові туристичні маршрути з урахуванням історико-краєзнавчої, літературно-мистецтвознавчої, історико-етнічної та іншої тематики з метою зростання туристичних потоків та розвитку внутрішнього туризму;

– відбувається пристосування туристичних об'єктів для організації відвідування осіб з інвалідністю;

– проводяться екскурсії для малозабезпечених верств населення, дітей-сиріт та молоді з обмеженими функціональними можливостями;

– проводяться навчальні заходи в районах області для осіб, які бажають розвивати сільський зелений, гастрономічний туризм (проект «Гастро-гід Вінниччина») із залученням відповідних фахівців та експертів;

– організовуються регіональні виставки, конференції, фестивалі, традиційні святі та інші заходи;

– відбувається презентація туристичного потенціалу області на вітчизняних та закордонних спеціалізованих конференціях, форумах, семінарах, виставках та ярмарках.

Таким чином, впровадження вищезазначених заходів дозволяє підвищити загальнонаціональну культурну консолідацію суспільства, сформувати цілісний культурно-інформаційний простір, інтегрувати заклади культури області у світовий культурний простір, популяризувати розвиток народних художніх промислів, підвищити інвестиційну привабливість Вінницької області, збільшити кількість робочих місць, створених у туристично-рекреаційній галузі та суміжних сферах діяльності. Так, розвиток та становлення туристичної галузі Вінниччини прямо пропорційно впливає на розвиток та становлення молодої особистості, формування її цінностей, світогляду, творчого та розумового потенціалу.

Література:

1. Каган М. С. Философия культуры. СПб. : Петрополис, 1996. 416 с.
2. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.
3. Копиевская О. Р. Формы бытия культурного ландшафта // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 1 (18). С. 18–22.
4. Корсун И. В., Харченко С. Я. Организация свободного времени школьников. Луганськ : ЛГПИ, 1988. 77 с.
5. Вінниця у спогадах / упоряд. В. Колесник. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. Т. 1. 720 с.
6. Національний музей-садиба М. І. Пирогова: фотоальбом / шеф-ред. В. Гораш. Вінниця: Інформаційно-рекламне агентство «ВіГор» та РА Багіра», 2011. 96 с.
7. Сім чудес Вінниччини: Альбом / Вінниц. обл. краєзн. музей; [відповідальна за випуск К. Висоцька]. Вінниця, 2011. 80 с.; іл.
8. Вінниччина туристична: Альбом / Вінниц. обл. краєзн. музей; [відповідальна за випуск К. Висоцька]. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2014. 80 с.; іл.

Москаленко Алла, *студентка магістратури НАКККіМ*

ВИХОВНИЙ АСПЕКТ СУЧАСНОГО ІВЕНТУ

Ще з давніх давен в традиціях українського народу існувало таке явище як спільне святкування релігійних та обрядових свят, на яких виховувалось підростаюче покоління українців. З часом заходи ставали все більш вишуканим і складнішими. З'явилися загальноміські та державні свята, стали проводитися коронації, масштабні релігійні дійства, що охоплюють цілі континенти, тощо. Життя простих людей теж не обходиться без заходів: ми святкуємо дні народження і весілля, влаштовуємо річниці і ювілеї [1].

Event-гуру Джо Голдблатт зазначає: історія індустрії event-менеджменту сягає глибокої давнини. Спеціальні події існували завжди, адже люди збиралися разом, щоб відсвяткувати збір врожаю або посіву. Людство протягом усієї його історії супроводжували різні церемонії і ритуали, присвячені важливим подіям – народженню, досягненню статевої зрілості, одруженню, смерті. З формальної точки зору індустрія народилася в 1800-х роках, коли почався продаж квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше поступово трансформувалася. Вважається, що професія сформувалася в 1950-х роках, а почалося все з відкриття в 1955-му році Діснейленду [2].

В Україні івент-менеджмент знаходиться на стадії активного розвитку. Наша країна має багатий історико-культурний, природний, творчий потенціал для розвитку саме цього виду відпочинку. Етнічна українська музика, традиції, фольклор, казки, легенди є базою для розвитку заходів, що будуть розвивати українську культуру, активізувати родову пам'ять та демонструвати колорит нації [3].

У дослівному перекладі з англійської мови івент – це розважальна або рекламна вистава, здійснювана на театральній сцені, кіно- або телеекрані, на спортивній або цирковій арені з використанням різного роду сюжетних ходів, образотворчих прийомів, світлової техніки, комп'ютерної графіки, і.т.п. Проте поняття івент включає в себе передусім смислові відтінки сприятливого випадку, виняткової події, найбільш ймовірного бажаного результату заходу. Звісно коли йде мова про отримання намічених результатів у вихованні, то «випадковість» має бути запланованою.

Нині суспільство здійснює важкий перехід від тоталітарної системи до культури нового демократичного устрою за характером. Складна економічна та політична ситуація в країні супроводжується такими явищами, як різке матеріальне розшарування громадян, зростання злочинності, знецінення людського життя. Знижується роль моральних норм і критеріїв, відбувається ломка моральних цінностей, що склалися. Виникає необхідність рішення цілого ряду проблем у виховній роботі з молоддю:

- зниження загального рівня вченості і вихованості молоді;
- відокремлення підростаючого покоління від історичних і національних цінностей завдяки радикальним змінам ціннісних орієнтацій;
- байдужість відношення сучасної молоді до традицій патріотизму, що є слідством його без дієвості;
- негативне ставлення молоді до суспільно корисної діяльності, організація якої вимагає особливої роз'яснювальної роботи, тому що нові форми праці і оплати сформували уявлення про те, що працювати людина повинна тільки за матеріальну винагороду;
- набуття загрозливого розмаху наркоманії, алкоголізму і як наслідок, аморальна і асоціальна поведінка [4].

Таким чином, рішення проблем виховання дуже актуальна і непросте завдання, яке потребує нових ідей, форм та технологій, що дозволяють зрозуміти підростаюче покоління. У педагогіці активно досліджувався процес виховання молоді Г. Авер'янова, Є. Бондаревська, Н. Болдирев, Б. Вульфов, А. Давидюк, С. Дем'янчук, О. Дубасенюк, В. Заслуженюк, Р. Капралова, Н. Кичук, Б. Кобзар, В. Кожокарь, О. Кондратюк, Л. Кузнєцова, І. Мар' єнко, А. Нікітін, Я. Соколов, Г. Філонов.

Сучасний процес виховання у вищій школі в Україні й за її межами розглядали Т. Дем'янчук, Р. Кнушевицька, Я. Колібабюк, О. Номановський, Н. Селівестрова та ін.

Ряд важливих висновків про визначальну роль виховання у формуванні особистості містять дослідження О. Бодальова, В. Зеньковського, О. Ковальова, О. Леонтьєва, А. Мудрика, А. Петровського та ін.

Значну увагу сучасному івент-менеджменту і івент-маркетингу приділено в працях Ю. Бичун, С. Герасимова, Н. Пономарьова, Т. Примак, С. Слупського, О. Ткачук, Г. Тульчинского, П. Шагайди та ін.

Виховання – процес формування, розвитку особистості, який включає у себе як цілеспрямований вплив ззовні, так і самовиховання. Виховання – організований процес, у ході якого здійснюється цілеспрямований вплив на людину із метою розвитку духовного світу, формування певних якостей.

Мета виховання – розвиток, актуалізація духовності особистості, її соціальної, професійної, комунікативної та інших компетентностей на основі само творчості (самопізнання, самовизначення, самовиховання, самовдосконалення, самоактуалізації) особистості.

На нашу думку, для проведення івенів з активною виховною направленістю для організатора вкрай важливо визначити цілі та завдання.

«Виховними» івентами або подіями є заходи які реалізують визначені виховні цілі, мають відповідний план проведення зі зазначенням цільової аудиторії, визначену форму та програму заходу, попередній розрахунок бюджетних та наявних ресурси для проведення, їхній зміст, методи проведення, форми взаємодії учасників, а також результат мають мати повністю або частково виховний характер. Для кращого отримання соціального ефекту важливо звернути увагу на співпрацю зі ЗМІ та залучити рекламу.

Проведення заходу є цілим комплексом підготовчих робіт, що вимагає професіоналізму, гнучкості у прийнятті рішень, вміння прогнозувати і передбачати непередбачені обставини і швидко орієнтуватися у нових умовах [6].

В сучасному житті існують різні підходи до класифікації івентів.

Ознаки класифікації:

- за характером самої події (ділове, розважальне, team - building),
- залежно від персони замовника (державне, корпоративне, приватне),
- за місцем проведення (приміський відпочинок, свята на відкритих і на закритих майданчиках) та інші.

Широкий спектр виховних івентів мають різноманітні форми які можливо класифікувати за безліччю критеріїв таких як, вид (характер, спосіб проведення), масштаби та ціль.

За класифікацією Н. Е. Щурковой заходи розрізняються:

1. за видами діяльності;
2. за засобами діяльності;
3. за простором діяльності;
4. за предметним результатом (цілями діяльності);
5. за об'єктом діяльності;
6. за змістом взаємодії.

Подібна класифікація допоможе вибрати форму заходу що максимально відповідає задуму, особливостям аудиторії і власним професійним умінням. Знання класифікації різноманітних заходів може стати у пригоді під час створення цікавої форми діяльності, при пошуку елементу новизни у виховній роботі [4].

На нашу думку, Event-менеджмент є одним із найбільш істотних інструментів який спрямований на отримання не одноразового ефекту, а довготривалого процесу у формуванні виховного ефекту на підростаюче покоління [3].

Література:

1.Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / [пер. с англ. Д.В. Скворцова]; под общ. ред. Стрижак. М. : Вершина, 2006. 544 с.

2. Шпіц К. Інтерв'ю з Джо Голдблатом. URL : http://www.franzlefort.ru/pub_eventmanagement (дата звернення : 08.09.2018).

3.Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології»/ О. М. Радіонова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 12 с.

4. Сумина Т. Г. Теория и методика воспитательной работы :курс лекций. Екатеринбург : Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2010. 10 с.

5. Смирнов И. П., Ткаченко Е. В. Новый принцип воспитания: ориентация на интересы молодежи. Екатеринбург : Сократ, 2005. 184 с.

6. Карпюк О. А., Сингаєвська А. Event- менеджмент ресторанного бізнесу України як інструмент маркетінгових комунікацій. URL : http://eprints.zu.edu.ua/25080/1/selection%20%281%29.pdf (дата звернення: 04.09.2018).

Надоленко Валерій, *студент курсу магістратури НАКККіМ*

ІМІДЖ У СИСТЕМІ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Успіх будь-якої організації залежить від багатьох факторів, і одним з важливих аспектів загального сприйняття й оцінки компанії є враження, тому сучасні підприємства впритул зіштовхуються із необхідністю формування та розвитку свого позитивного іміджу, який є важливим фактором конкурентоспроможності організації.

У сучасній системі ринкових відносин життя компанії визначається не тільки тим, що та як вона робить, але й тим, що про неї думають інші люди. Саме тому створення «обличчя» фірми завжди було однією з найважливіших турбот бізнесменів усього світу – прагнення до престижу в діловому світі, популярності у споживача, репутації серед партнерів та клієнтів, авторитетності в

очах власних працівників. Адже те, що думають люди про фірму, багато в чому визначає її конкурентоспроможність.

Імідж – це враження, котре компанія справляє на людей, яке фіксується в їх свідомості у вигляді більш-менш розгорнутих емоційно забарвлених думок або суджень про неї. Оскільки імідж підприємства формується у свідомості споживачів, які вибирають товар або послугу з найбільш конкурентоспроможними характеристиками, він може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності [1, с.23].

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна його характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки діяльності підприємства, котрі визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів [2, с.60].

Важливою умовою є й те, що імідж компанії повинен розроблятися відповідно до існуючого етапу розвитку суспільства, в якому дана компанія існує. Це передбачає те, що стратегія розробки іміджу повинна бути орієнтована на існуючі цінності і домагання суспільства. Більш того, сам план формування іміджу повинен дотримуватися принципу гнучкості, тобто міг би передбачати трансформації і зміни умов ринку, а, найголовніше, він повинен мати здатність адаптуватися до них. З цією метою всередині компанії повинна вестися невпинна робота у відповідності з поточними і потенційними змінами ринкових умов.

Імідж організації може бути як позитивним, так і негативним. Основою позитивного іміджу є довіра до організації. Негативний імідж проявляється у недовірі до організації та її репутації. Як правило, позитивний образ організації економить її ресурси, а негативний – значно збільшує витрати. Позитивний імідж організації залежить від таких чинників: якість, фінансова спроможність, конкурентоспроможність товарів (послуг); ефективність управління; організаційна культура та екологічна безпека; тиражування імені організації через засоби масової інформації. Основна інвестиція в загальний імідж організації – люди.

Привабливий імідж компанії може працювати довгі роки і підтримувати підприємство за складних обставин. Тому при формуванні іміджу слід спиратися, в основному, на ті поняття і матеріальні об'єкти, які асоціюються в уяві споживачів із довготривалими цінностями життя. Позитивний імідж в умовах сучасної висококонкурентної економіки стає часто вирішальним фактором у забезпеченні ефективної діяльності організацій.

Позитивними ефектами від цілеспрямованої роботи по створенню позитивного іміджу можуть стати [1, 3]:

- високий рівень лояльності клієнтів до організації;
- підвищення впізнаваності бренду компанії;
- можливість сфокусувати маркетинг на просуванні бренду, а не на окремих товарах або послугах;
- зниження витрат на етапі виведення нового продукту на ринок за рахунок сформованої довіри до бренду;
- підвищення привабливості компанії як роботодавця і можливість наймати більш кваліфіковані кадри

Таким чином, імідж організації – це фактор довіри споживачів до організації і її товару, фактор зростання числа продажів, а значить, фактор процвітання або занепаду для організації, її власників і її працівників.

Вдало сформований імідж запам'ятовується і закріплюється у свідомості цільової аудиторії, він є своєрідним сигналом до позитивного сприйняття підприємства і завдяки цьому може подолати такі перешкоди, як недовіра і неувага, характерні для масової свідомості.

Успіх діяльності, престиж організації залежить не тільки від того, що та як вона виробляє, а й від її іміджу, тобто уявлення людей про неї. Тому психологія управління іміджем організації та ефективна реклама є невід'ємною частиною діяльності організації.

Література:

1. Данчева О.В. Практична психологія в економіці та бізнесі. К.: Лібра, 2012. 270с.

2. Химич І.Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури // Економіка та держава. 2009. № 9. С. 56-61.

Недял Анастасія, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту
і індустрії дозвілля КНУКіМ

ДОЗВІЛЛЯ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО МАЙБУТНЬОГО

За давніх часів поняття «дозвілля» тлумачили як свободу власних дій, вільного часу для саморозвитку і навчання в неофіційних умовах. Дозвіллям також можна назвати діяльність людини, спрямовану на задоволення власних потреб і бажань в умовах комфортного перебування.

Дозвілля може забезпечувати людині будь-якого віку спектр емоцій, почуттів, інформації, спілкування з різними людьми, що мають свій погляд на оточуюче середовище [1, 95].

Обов'язковою умовою отримання дозвіллєвих послуг є добровільне бажання самої людини бути так званим учасником тієї чи іншої події пов'язаної на спілкуванні, взаємному розумінні у певному оточенні людей [1, 96].

На сучасному рівні дозвілля розглядається не лише як вид відпочинку, а й як сфера залучення людини до навчання, в якому можуть використовувати різноманітні ігри як метод стимулу до вирішення власного майбутнього; як чинник, що впливає на формування людини як індивіда [2,113], дозвілля є важливим показником в індексі щастя [5].

Дозвіллєва діяльність активно впливає на розуміння і бачення себе з різних сторін завдяки всебічному використанню ресурсів активного та пасивного відпочинку; допомагає активізувати у дитини змалечку життєві навички, що стануть у нагоді протягом всього життя. [2, 114].

Культурно-дозвіллєва діяльність дітей – це любительська діяльність, що пов'язана з організацією їхнього вільного часу та відпочинку і виконує певну виховну мету через реалізацію:

– соціально-педагогічної (забезпечення можливостей вільного обрання особистісно та суспільно спрямованих, корисних, цікавих і привабливих для них видів любительської діяльності);

– інформаційно-освітньої (стимулювання активного набуття дітьми знань самостійним шляхом; розвиток їхніх пошуково-творчих здібностей та вмінь; набуття ними навичок практичного застосування отриманих знань);

– творчо-розвивальної (актуалізація потреб учнів щодо творчого самовизначення та самовираження шляхом залучення їх до мережі дозвіллєвих науково-технічних гуртків, художніх і музичних студій, колективів ужиткового мистецтва та інших аматорських об'єднань з обов'язковою демонстрацією результатів творчої праці через організацію виставок, експозицій, концертів і та ін.);

– рекреаційно-розважальної (забезпечення фізичної розрядки особистості, зняття у неї інтелектуальної втоми і нервової напруги) функцій [3, 75].

Дозвілля має свої характерні ознаки, а саме: дозвілля має яскраво виражені фізіологічний, психологічний і соціальний аспекти; дозвілля ґрунтується на добровільності під час виборів роду занять і рівня активності; дозвілля передбачає не регламентовану, а вільну діяльність; дозвілля формує і розвиває особистість; дозвілля сприяє самовираженню, самоствердження та самовдосконалення особистості через вільно обрані дії; дозвілля формує потреба дітей у волі і незалежності; дозвілля сприяє розкриття природних талантів і придбання корисних не для життя умінь і навиків; дозвілля стимулює творчу ініціативу дітей; дозвілля є сфера задоволення потреб особистості; дозвілля сприяє формуванню ціннісними орієнтаціями; дозвілля детермінований внутрішньо і зовні; дозвілля постає як своєрідна «зона обмеженого втручання дорослих»; дозвілля сприяє об'єктивної самооцінці дітей; дозвілля формує позитивну «Я-концепцію»; дозвілля забезпечує задоволення, веселе настрій і персональне задоволення; дозвілля сприяє самовихованню особистості; дозвілля формує соціально значимі потреби особи і норми у суспільстві [4, 62].

Література:

1. Маслова В. В. Організація дозвілля молоді як напрям соціальної роботи. URL: (http://eir.pstu.edu /bitstream/handle/123456789/16083/соц.%20с.%2095-98.pdf?sequence=1) (дата звернення: 27.08.2018).

2. Лещук Г. В. Соціалізація підлітків у процесі дозвіллєвої діяльності // Науковий вісник Ужгородського національного університету. URL: (https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/905/1/.pdf) (дата звернення: 21.08.2018).

3. Яременко Н. В. Дозвіллєзнавство : навч. посіб. Фастів : Поліфаст, 2007. 460 с.
4. Бочелюк В. Й., Бочелюк В. В. Дозвіллєзнавство: навч. посіб. для вузів. Київ: Центр навч.літ-ри, 2006. 207 с.
5. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології : 26.00.06. К., 2018. 487 с.

Олійник Аліна, *студентка магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРНО-ТВОРЧА МІСІЯ БЛАГОДІЙНОГО ФОНДУ «НАДІЯ ПО ВСЬОМУ СВІТОВІ»

Тема благодійності є досить актуальною у сучасному світі, оскільки катастрофи та надзвичайні ситуації впливають на життя людей у всьому світі завдаючи збитків і руйнуючи життя мільйонів людей. У різних благодійних акціях беруть участь не тільки постійні волонтери, а й люди, які одноразово вирішили допомогти.

Благодійний фонд «Надія по всьому світу» є гуманітарною неприбутковою організацією, яка стежить за ситуаціями у всьому світі. Місія фонду полягає у розвитку волонтерської діяльності з метою покращення якості життя дітей і дорослих, що знаходяться у важких соціально-економічних умовах.

Основними напрямами фонду є:

- надання гуманітарної допомоги людям, які живуть у складних соціально-економічних умовах, зокрема, внутрішньо переміщеним особам (ВПО) зі Східної України;
- надання психологічних послуг (психотерапія, арт-терапія, індивідуальні консультації) для дітей, травмованих війною, та їх батьків (ВПО);

сприяння соціальній адаптації дітей-сиріт та дітей з особливими потребами, які живуть у дитячих будинках та школах-інтернатах в місті Києві та Київській області;

- надання допомоги спеціалізованим державним закладам в турботі про фізичні й емоційні потреби престарілих людей;
- популяризація здорового способу життя серед підлітків та молоді;

проведення освітніх семінарів і тренінгів для волонтерів;

- популяризація добровільного донорства крові та залучення донорів крові;
- культурний розвиток людей похилого віку в будинках престарілих, дітей-сиріт, дітей з особливими потребами, дітей та дорослих, травмованих війною.

Благодійний фонд «Надія по всьому світу» реалізує досить велику кількість проектів, зокрема для дітей та людей похилого віку. Наприклад для дітей було реалізовано проекти:

- «ActiveBook» («Жива Книга»), який направлений на створення та безкоштовне розповсюдження україномовної версії навчально-виховної програми для дітей;
- «День надії» направлений на забезпечення соціальної адаптації дітей-сиріт та дітей з інвалідністю шляхом організації різних ігор, спортивних змагань, соціальних заходів;
- «Рівний рівному» направлений напрофілактику паління, наркоманії, ВІЛ/СНІДу, алкоголізму, профілактика ранніх сексуальних стосунків у підлітковому віці;
-Театральна студія «Крила», проект намагається за допомогою театральних постановок допомагати людям у визначенні та затвердженні життєвих цінностей;
- «M.A.D Making a difference» направлений на популяризацію ідей благодійництва та волонтерства в молодіжному середовищі, а у проекті беруть активну участь понад 100 підлітків та студентів.

Для людей похилого віку також розробляються проекти, серед яких «Будинок старих друзів» направлений на допомогу державним установам в турботі про фізичні та емоційні потреби літніх людей.

Благодійний фонд «Надія по всьому світу» також проводить і соціальні акції, серед яких «Рука допомоги», «Бал маленьких принців і принцес», «Чисте місто» та інші.

Отже, благодійний фонд «Надія по всьому світу» спрямовує свою діяльність на покращення життя дітей та дорослих, зокрема через реалізацію різнопланових проектів та проведення соціальних акцій.

Література:

1. Надія по всьому світові: Про фонд. URL: https://www.hopeww.org/about-us/who-we-are (дата звернення: 02.09.2018).
2. HOPE worldwide:WhoWeAre. URL: http://hopeww.org.ua/o-fonde (дата звернення: 02.09.2018).
3. Копієвська О. Р. Благодійність та культурна сфера: межі втручання і напрями взаємодії // Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції: мат. Всеукр. наук.-теорет. конф., Київ, 22 грудня 2010 р. Київ: КНУКіМ, 2010. Ч. 2. С. 185–186.
4. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

Олійник Георгій, *студент магістратури НАКККіМ*

ДОЗВІЛЛЯ В УМОВАХ СУЧАСНОГО МІСТА: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

Бурхливий розвиток культури на початку XXI століття став фактором формування нових форм дозвіллєвої діяльності, пов'язаних з використанням комп'ютерних технологій і переструктурування культурного простору в мегаполісах. Ускладнення культурного життя і збільшення психологічних навантажень призводить до того, що у сучасної людини залишається все менше вільного часу, яке вона змушена витрачати більше збалансовано і продумано. Саме тому у міському середовищі діяльність культурних установ на сьогоднішній день набуває особливої значущості. Основним напрямком культурно-дозвіллєвих закладів в міському просторі є створення умов, які будуть задовольняти зростаючі духовно-культурні потреби і формуванні мотивів поведінки, що вимагають певних організаційних зусиль [1]. Соціальна обумовленість дозвільної діяльності безпосередньо пов'язана з життєдіяльністю людей, з їх особистісним сенсом буття. На основі взаємодії соціального і індивідуального в систему культурно-дозвіллєвої діяльності можна включити всі культурні установи і ЗМІ, інструменти, які будуть забезпечувати умови для проведення дозвілля. Міста зі сприятливим територіальним розташуванням, стабільною фінансово-економічною ситуацією, найвищим рівнем життя населення і розвиненою торгово-розважальною промисловістю, як правило, вважається основою для розвитку дозвіллєвих практик для різних вікових категорій. Останнім часом з'являється все більше можливостей для вибору форм дозвіллєвої діяльності.

Традиційний тип дозвільної інфраструктури включає в себе: дозвільні установи загального призначення, наприклад, стадіони, театри, кінотеатри, кафе, спортклуби і ін.; освітні та соціалізуючі об'єкти (різні дитячі музеї, мистецькі та спортивні школи, літні табори і т.д.).До нового типу дозвільної інфраструктури міста, можна віднести наступні об'єкти: ресторани, нічні клуби, фітнес-центри, торгово-розважальні комплекси, розважальні центри, різні молодіжні організації та об'єднання, дитячо-юнацькі центри та ін. [2]. Ще один тип дозвільної інфраструктури пов'язаний з медійним простором. Медійний напрям дозвілля (особливо це стосується молоді) сьогодні означає сферу, в якій в процесі дозвіллєвої діяльності застосовуються будь-які технічні засоби, наприклад, телевізори, телефони, комп'ютери, за допомогою яких задовольняються відразу кілька функцій – спілкування і розваги.

Немедійний міський дозвіллєвий простір показує, що само по собі міське середовище, на відміну від сільського, є потужним фактором соціалізації. Також, міське середовище відрізняється від сільської місцевості, по-перше, своєю конкурентоспроможністю з точки зору організації дозвілля, по-друге, саме в міській місцевості зосереджені інноваційні технології, наукоємні виробництва, які забезпечують включеність людей, зокрема, молоді в значну кількість сфер життєдіяльності. Важливо при цьому пам'ятати про необхідність забезпечення сприятливого і комфортного середовища для залучення різних верств населення, зокрема молоді, до культури, про необхідність створення середовища, яке б сприяло ефективній соціалізації молодих людей, з одного боку, і надавало б широкі можливості для гармонійного розвитку, з іншого. Відтак, проблема організації дозвілля в умовах сучасного міста є надзвичайно значущою і такою, що потребує глибокого вивчення.

Література:

1. Копієвська О. Р. Розвиток культурно-дозвіллєвої діяльності як складової культурної політики в країнах Західної Європи // Актуальні проблеми історії теорії та практики художньої культури : зб. наук. праць. К. : Міленіум, 2005. Вип. XIV. С. 234–240.
2. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в цивілізації дозвілля // Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей : Перший Міжнар. конгрес соціологічної асоціації України, Харків, 15–17 жовтня 2009 р. Харків, 2009. С. 292.

Отрішко Марина, *здобувач КНУКіМ*

ОСНОВНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ СУЧАСНОГО МІСТА

На формування культурного простору сучасного міста впливає безліч чинників. Головними серед них є інформаційний, соціальний, політичний, економічний, естетичний, внаслідок чого індивіди мають можливість взаємодіяти, об`єднуючись зі спільнотами однодумців, розкриваючи власний потенціал та вдосконалюючи свої можливості [3, 2]. Місто в сучасному культурологічному знанні розглядається як культурне вмістилище, де зосереджені культурні традиції. Місто є центром культурного життя громадян конкретно взятої країни, центром туризму для представників інших країн [1, 197].

Аналізуючи взаємодію складових компонентів культурного простору, ми можемо простежити вагомий вплив на людську свідомість інформаційного чинника як такого, що, на рівні підсвідомості, контролює суспільство.

З одного боку, інформація допомагає людям самовизначитися, а з іншого, – підсвідомо змушує індивіда відмовитися від права власного волевиявлення, нав`язуючи стереотипи, які витісняють власні бажання у самовдосконаленні. Такі прояви навіювання можна простежити у яскравих бігбордах та афішах, які постійно оточують соціум у міському просторі. Поширеною є повітряна реклама, яка користується популярністю і вже перетворилася на частину архітектурного чи ландшафтного дизайну міста. Зокрема, ми можемо спостерігати такі її приклади як надувні арки, сцени, предмети побуту та їжі, що містять слогани різноманітного інформативного характеру. Доволі часто ми можемо констатувати перенасиченість та «засмічення» міст інформаційними закликами рекламних кампаній.

Кайдан Т. стверджує, що інформація, яка розміщується на рекламних бігбордах, зацікавлює громадськість і перетворюється на невід`ємну складову публічного простору.

Тісно з інформацією пов`язана політика. Так, з метою підтримки комунікації із громадськістю та органами державної влади, а також бажанням управляти масами, політичні кампанії організовують концерти, мітинги, демонстрації за участі зіркових гостей, що спричиняє позитивний результат у суспільстві. Наприклад, «Помаранчева революція», тури на підтримку Януковича В. «Молодь – проти, молодь – за!»; «Ми діти твої, Україно!»; виборчі проекти Тимошенко Ю. «З Україною в серці» та «Революція гідності» (Євромайдан). Прояв політичного чинника також можемо простежити в появі нових мистецьких об`єктів у Києві напередодні передвиборчої кампанії 2015 р. Зокрема, «CityArt Project» функціонує за підтримки Кличка В., «DynamicUrbanCultureKyiv», «Очі», «Червона прищепка», «Лава-рогатка» – Сагайдака І., мурал на бульварі Лесі Українки виник за сприяння Мартинчука С.

Тобто, політикам вигідно використовувати публічні простори задля власної користі, підсвідомо підвищуючи свій рейтинг незадовго до виборів. Саме тому постійний контроль зовнішніх впливів культурного простору є корисним способом застереження від наслідків надмірного піару, перенасичення політизованою інформацією, яка викликає психологічну напругу в суспільстві.

Вдалий розвиток економічного чинника культурного простору забезпечує якість життя мешканців. Прикладом підвищення економічної стабільності в містах є організація акцій,

фестивалей, перформансів, які активізують громадськість і стають поштовхом залучення міських жителів до покращення культурного простору. Зокрема, співпрацю мешканців міста можемо простежити за сприяння Фонду Томенка М. «Рідна країна», що вже вп`яте є організатором Всеукраїнської акції «7 чудес України». За правилами конкурсу учасниками є представники місцевих громад, громадських організацій, туристичних компаній, вищих навчальних закладів, які презентували свої міста для журналістів, громадськості й експертів.

Не менш важливим у становленні креативності міста є соціальний чинник, який виявляється у взаємодії та комунікації суспільства, вільному доступі до публічного простору, сприятливих умовах життя, благоустрої, охороні здоров`я, реалізації прав громадськості, безпеці, дозвіллі. Тобто, можемо стверджувати, що в основі соціального чинника є місцева демократія, яка має на мені досягнення рівноваги між інтересами населення.

Прикладами соціального чинника міського простору є:

- бомбінг, що передбачає виготовлення стільців із непотрібних речей та має на меті їх розповсюдження у якості міської інфраструктури і створенні середовища для спілкування людей. Метод бомбінгу активно реалізує бруклінська команда «DoTank»;

- дні паркінгу (парку), що мають на меті перевтілення паркінгу на зелені зони для відпочинку. Започаткували дану акцію співробітники бюро «Rebar» у Сан-Франциско шляхом несанкціонованої видозміни місця паркування у невеликий парк протягом 2,5 годин;

- кінотеатри під відкритим небом, сезонний вид розваг, який стрімко набуває попиту в Україні та створюється шляхом трансформації звичного середовища на культурний простір для реалізації дозвіллєвих потреб суспільства. Зокрема, у Києві діють такі кінотеатри на свіжому повітрі: «Арт-пікнік» Слави Фролової, студентська громадська платформа «Колізей», освітній майданчик «LabGarage»,автомобільний кінотеатр «Кінодром», пляжний кінотеатр «ANGAR beach»;

- відкриті вулиці (openstreets) або «День без автомобілів», коли один раз на рік вулиці міст звільняють від авто, надаючи можливість жителям використати вільний простір у своє задоволення. Вперше акція виникла в м. Сіетл (США) у 1965 р.;

- ad-busting передбачає використання рекламних щитів з користю. Прикладом є проект «WeSee.Us» бруклінської команди «DoTank», який має на меті демонстрацію громадянам їхнього міста шляхом анонімного завантаження з телефону фото району, яке в подальшому буде ілюстроване на рекламних бігбордах.

Естетика міста також здатна вплинути на рівень якості життя мешканців. Обґрунтовуючи думку Фесенко Г., яка вбачає в культурному просторі міста «ціннісно-смисловий сенс», варто акцентувати увагу на питанні просторової зацікавленості. Тобто, естетика, яка поширена у містах, має відповідати запитам сучасного суспільства, бути середовищем для самовідтворення, комфортного існування та творчого розвитку людини [2, 3]. Одним із прикладів естетичного чинника у міському просторі є використання вуличного мистецтва, зокрема, 3-D графіки на асфальті, що поширена за кордоном, і вражає гостей міста можливістю потрапити у іншу реальність. Її особливість полягає у розташуванні зображення під певним кутом, що викликає ефект ілюзії. Одним із найвідоміших представників цього виду мистецтва вважають американського художника Веннера К., який вражає своєю майстерністю і масштабністю виконання робіт.

В Україні 3-D графіка на асфальті лише починає набувати популярності, декілька зображень ми можемо спостерігати у Києві: «Реванш» біля метрополітену «Дніпро» (автор – Максев О.), «Мірінда» у Центральному парку культури і відпочинку, (автор – торгівельна марка «Мірінда»); «Корабель» в Одесі (автор – агентство «ExpertGroup»); «Каньйон» у сквері ім. Козицького у Вінниці (автори – Мелимука В. і Захарчук Я.).

Отже, нами проаналізовано структуру простору сучасного міста, що вибудовується завдяки взаємодії таких чинників: економічних, соціальних, політичних, інформаційних, естетичних. Варто зазначити, що кожен із чинників має позитивні і негативні аспекти впливу на міський культурний простір. Проте, збалансоване функціонування чинників є запорукою реалізації якісного життя в місті.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології: 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
2. Фесенко Г. «Мистецтво жити» у місті: філософсько-антропологічн іаспекти проектування культурного простору. URL :http://eprints.kname.edu.ua/39777 (дата звернення : 16.09.2018).
3. Чудненко К. Мурал і люди. URL : http://artmisto.net/2016/10/30/mural-i-misto (дата звернення: 18.09.2018.).

Павловська Марина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ФЕСТИВАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В ПОЛЬЩІ ЯК СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОЇ СПІВПРАЦІ ПОЧАТКУ XXI СТ.

Культурне співробітництво часто стає головним інструментом налагодження відносин з іншими державами. Так, для Польщі та України, спільна історія яких нараховує багато конфліктних, часто трагічних, подій, що досі впливають на двосторонні відносини та зовнішню політику обох країн, культура є тією нейтральною сферою примирення українців і поляків, налагодження державних контактів, а також засобом промоції національних культур та підтримки своїх діаспор.

Культурна співпраця між державами провадиться у різних напрямках, та однією з форм українсько-польського культурного співробітництва є проведення фестивалів під час яких є можливість одночасно великій кількості людей долучитись до української та польської культур.

Фестивалі української культури в Польщі проходять в різних форматах: музичних, фольклорних, дитячих, днів культури, днів добросусідства на кордоні. Вони готуються як за участю української національної меншини у Польщі, так і профільних міністерств України та Польщі, місцевих органів влади, неурядових організацій, фондів та відомств.

Слід відзначити, що найстаршим фестивалем є фестиваль української культури у Польщі, який було започатковано Об'єднанням українців у Польщі (ОУП) у 1967 р. з метою популяризації української культури на теренах Польщі.

В період з 2000 по 2012 рр. було проведено 5 фестивалів української культури з супровідними заходами, які відбувались за підтримки прем'єр- міністрів Польщі та України. Наприклад, у 2000 р. фестиваль у Сопоті тривав три дні, впродовж яких на легендарній сцені «Лісової опери» виступили понад 800 виконавців з України, Польщі, Словаччини та Канади [4].

На XVII фестивалі української культури 2003 р. були представлені фольклорні капели з України та Польщі та представники сучасної вітчизняної сцени: Росава, гурти «Перкалаба» та «Океан Ельзи». У супровідних заходах Сопоту-2003 відбулись концерти української духовної класичної і церковної музики, семінар «Культура в медіа – польський та український досвід», літературний вечір за участю Ю. Іздрика та Т. Прохаська [6].

У рамках відзначення Року України в Польщі, 9-10 липня 2005 р. відбувся XVIII фестиваль української культури у Сопоті на якому своє мистецтво продемонстрували понад 100 виконавців з Києва, Харкова, Львова та інших міст України, зокрема Національний заслужений академічний український народний хор України імені Г.Г. Верьовки [7].

В рамках XIX фестивалю української культури, 12-13 липня 2008 р. презентувалася українська хорова та естрадна музика, фольклор та інші жанри мистецтва. На фестиваль було запрошено два колективи з України: Національну заслужену академічну капелу бандуристів ім. Г. Майбороди та Буковинський державний ансамбль пісні і танцю, які виступили у м. Кошалін та дали майстер-класи [8].

Отож, фестиваль української культури у Польщі не втратив свого значення для збереження культурної спадщини та національної тотожності українців, а також промоції української культури у польському суспільстві.

Натомість наймолодшим фестивалем української культури в Польщі став фестиваль «Українська весна», який було започатковано у 2008 р. Мета фестивалю – презентація українського мистецтва, яке було б цікавим шанувальникам будь-якого віку та статусу.

У рамках першого фестивалю відбулося 16 акцій різного характеру, що репрезентували полякам українське мистецтво у всіх його вимірах, а саме живопис, кінематограф, театральне мистецтво, література та музика.

У травні 2009 р. фестиваль «Українська весна» проходив вдруге. Треба відзначити, що заходи фестивалю відбувалися в дуже цікавих та поважних місцях, а саме виставка робіт українського скульптора Борецького проходила в Археологічному музеї; рок-гурти виступали у дворі місцевого замку; зустрічі з гостями фестивалю Б. Ступкою та Є. Гофманом – у кав'ярні при редакції «Газети Виборчої» [4].

Третій фестиваль національної культури «Українська весна» відбувся 18 травня 2010 р. та розпочався концертом української класичної музики у виконанні Національного ансамблю солістів «Київська камерата». З українського боку у заході також брали участь Донецький академічний державний театр опери та балету ім. А. Солов'яненка, чоловічий хор «Благовіст» зі Львова, гурт «Voo Voo» та джазовий квартет В. Соляника.

Під час фестивалю відбулися вечори української літератури і поезії за участю Ю.Андруховича, Н. Білоцерківець, В. Соболь, О. Голуб, авторська зустріч з М. Матіос та інші цікаві події.

У програмі «Української весни – 2011» відбулися концерти класичної та сучасної музики, виступи танцювальних колективів у шести польських містах, а саме Познань, Лєшно, Гнєзно, Шамотули, Курнік, Ридзина.

Фестиваль української культури «Українська весна – 2012» відбувся з 16 по 20 травня 2012 р. і проходив у містах Познань, Лєшно, Ґлогув.

Слід відзначити, що союз українців Підляшшя щорічно організовує декілька фестивалів та мистецьких імпрез української культури, зокрема щорічно восени проходить фестиваль української культури «Підляська осінь» та виник живий осередок культурного та національного відродження «Український молодіжний ярмарок».

Отже, дієвою формою українсько-польського культурного співробітництва є проведення культурних фестивалів, що сприяє популяризації національних культур та взаємопорозумінню між народами.

Література:

1. Лишко В. В. Українсько-польські зв'язки в галузі культури 1991–1999 рр. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук : спец. 07.00.01. К., 2002. 16 с.
2. Тоценко Ж. М. Співпраця в галузі культури як складова українсько-польських гуманітарних відносин : автореф. дис. на здобуття наук канд. іст. наук : спец. 26.00.01. К., 2012. 16 с.
3. Стрільчук Л. В., Стрільчук В. В. Інституційні складові українсько-польських гуманітарних взаємин і співробітництва. Луцьк : Волинські старожитності, 2013. 258 с.
4. Васюк А. В. Фестивалі «Українська весна» у контексті розвитку українсько- польських культурних відносин // Слов'янський вісник : зб. наук. праць. Серія Історичні та політичні науки. Рівне : РІС КСУ, 2009. Вип. 8. С. 124–127.
5. Павлів В. Козацька «чайка» на гданському узбережжі, або Три дні української культури в Сопоті // Політика і культура. 2000. № 26 (61). 18–31 липня. С. 36.
6. Про культурне співробітництво України із зарубіжними країнами за червень 2003 року: Інформаційна довідка. К., 2003. С. 21.
7. Про культурне співробітництво України із зарубіжними країнами за липень 2005 року: Інформаційна довідка. К., 2005. С. 2.
8. Про культурне співробітництво України із зарубіжними країнами за липень 2008 року: Інформаційна довідка. К., 2008. С. 9–10.

Пастушенко Юлія, *студентка магістратури*
кафедри івент-менеджменту
та індустрії дозвілля КНУКіМ

ОСОБЛИВОСТІ ДЖАЗОВОГО ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ (НА ПРИКЛАДІ КИЇВСЬКИХ ДЖАЗОВИХ ФЕСТИВАЛІВ)

Фестиваль як масове свято, яке синтезує види художньої творчості або присвячене конкретному виду мистецтва (музичному, театральному, хореографічному, літературному, фольклорному та ін.), – один з якісних засобів демонстрації національних культурних надбань. Відтак, фестиваль трактується не лише як засіб розширення художнього кругозору глядачів та учасників, а й як можливість культурного обміну. Відіграючи важливу роль у просторі національних культур та глобальному культуротворчому процесі, шляхом встановлення взємозв'язку та генерування взаємовпливу, фестиваль є не лише явищем культури, а її феноменом.

Джазові фестивалі, займаючи особливе місце у просторі соціокультурної діяльності, оскільки здійснюють вплив не лише на галузь міжкультурних контактів, а й на рівень розвитку музичної культури загалом та окремих індивідуумів зокрема, на сучасному етапі вирізняються великим ступенем значущості для українського суспільства. Джазова музика протягом тривалого часу змінювалася відповідно до потреб слухачів, проте основа лишається сталою і на сьогодні. Нові звуки та стилі, які виникають у джазі, синтезуючись з характерними глибокими тонами, мелодією та ритмом, сприяють його незмінній популярності в сучасному соціокультурному просторі.

На початку XXI ст. фестивальний рух у Києві як одному з найбільших центрів джазового фестивального руху в Україні, набуває нового значення завдяки формуванню розгалуженої інфраструктури культурологічного середовища. Відтак, джазові фестивалі, займають особливе місце у просторі соціокультурної діяльності столиці, оскільки здійснюють вплив не лише на галузь міжкультурних контактів, а й на рівень розвитку музичної культури загалом та окремих індивідуумів.

З 2002 р. регулярно проводяться такі джазові фестивалі міжнародного рівня («Єдність», «Jazz in Kiev», міжнародний дитячий джазовий фестиваль «О'Кешкін Джаз» та ін.); всеукраїнські фестивалі («Зимові джазові зустрічі» імені Євгена Дергунова та ін.), а також джазові фестивальні проекти які поєднують декілька міст України та європейських країн (українсько-польський джазовий фестиваль «Jazz Bez») та проекти, які об'єднують виключно українські міста («Дніпрогастроль», «Ukraine jazz summer», «Бразил Босанова Джаз Фест»).

Характеризуючи соціокультурний простір як складне та багатопластове явище, зі складною структурою функцій, які реалізуються на різних рівнях [2], у тому числі поведінковому, який визначається побутуючими в соціокультурі типами соціальної взаємодії, регулюється естетичними ідеалами та втілюється в культурних темах, та смисловому, який відображає узагальнені погляди на світ і формує парадигму світосприйняття певного суспільства, до основних його функцій відносять акультураційну, соціалізаційну та комунікаційну. Отже, взаємодія культур, зміна культурних елементів та передавання культурно-історичного досвіду, характерні для джазових фестивалів, відбуваються у соціокультурному просторі відповідно до визначеного ним формату проявів та функціонування цього культурного явища.

Аналізуючи джазові фестивалі, як форму соціокультурної діяльності, маємо відзначити наявність відмінних від інших видів культурної діяльності організаційних особливостей і завдань, серед яких назвемо масштабність, різноманітний склад учасників, розмаїття програми події, загальномистецьке та освітнє спрямування тощо. Комплексна програма, зумовлена форматом будь-якого фестивалю, на відміну від таких культурних подій як концерт, шоу, показ, конкурс та ін., яка передбачає проведення різноманітних за змістом і формою мироприємств, зумовила традиційну структуру київських джазових фестивалів, що складається з урочистого відкриття, різноманітних культурно-мистецьких мироприємств – концертні та конкурсні виступи, виставки, презентації, прес-конференції, конференції та заключного гала-концерту. Як правило, у заключному виступі фестивалю беруть участь найпопулярніші та найвідоміші

джазові музиканти. Так, наприклад, третій день міжнародного джазового фестивалю «Jazz in Kiev» у 2010 р. організаторами було повністю заплановано для виступу всесвітньовідомого американського піаніста та композитора Х. Хенкока у супроводі його ансамблю [1].

У рамках джазових фестивалів варто відзначити також важливість заходів адміністративного змісту – зустрічі з керівництвом міста, представниками посольств, а також міроприємства для спеціалістів музичної джазової галузі – художніх керівників біг-бендів та ансамблів, організаторів події, представників продюсерських агенств та джазових асоціацій, які спрямовані на формування та розвиток корпоративної джазової культури, встановлення творчих контактів та стимулювання креативного потенціалу. Так, наприклад, у 2017 р. під егідою Всеукраїнської асоціації джазу, в рамках 17-го міжнародного джазового фестивалю «Єдність» відбулася І Міжнародна конференція організаторів джазових фестивалів, участь у якій узяли організатори європейських фестивалів з Литви, Угорщини, Польщі, Норвегії та українські організатори і представники джазової еліти країни. Серед основних питань конференції було виділено: «ознайомлення із досвідом організації та проведення джазових фестивалів в різних країнах; залучення до участі в цих фестивалях музикантів з України та ін.» [3].

Щодо освітньої та пізнавальної функції джазових фестивалів, зазначимо важливість проведення відкритих лекцій з історії та теорії джазового мистецтва, майстер-класів провідних вітчизняних та зарубіжних джазменів, джазові читання, а також джазові-сейшени. Організатори міжнародного джазового фестиваль «Jazz in Kiev» зробили особливий акцент на необхідності та важливості вищеназваних функцій у процесі розвитку та популяризації джазового мистецтва в Україні, визначивши їх як традиційні в рамках подієвої програми. Так, наприклад, у 2010 р. відбулися майстер-класи учасників американського гурту «Yellowjackets» Б. Мінтцера та Р. Ферранте, а у 2012 р. – американського піаніста К. Вернера, автора книги про мистецтво імпровізації «Effortless Mastery» та мексиканського барабанщика А. Санчеса, трикратного володаря премії Grammy [5]. Традиційними у рамках фестивалю з першого ж року заснування та безпрецедентними серед київських джазових подій стали джазові кінопокази з Л. Гольдштейном [4].

Джазові фестивалі, як і будь-які соціокультурні явища, які існують в змінних умовах, характеризуються процесом еволюціонування. Аналізуючи київські фестивалі можемо зазначити, що соціокультурна динаміка цих проектів виражена в поєднанні варіативних (програма фестивальних заходів, склад учасників) і константних (формат, ідейно-тематичні складові та просторово-часові характеристики) складових.

Серед ідейно-тематичних складових київських джазових фестивалів назвемо популяризацію українського джазу, збереження пам’яті про визначних вітчизняних музикантів та виховання майбутнього покоління, надання суспільству розважального та освітнього контенту, який ґрунтується на джазовій музичній культурі.

Проаналізувавши діяльність київських джазових фестивалів, можемо визначити такі соціокультурні функції як: інтеграційна, яка сприяє збереженню кордонів міжкультурного різноманіття в рамках міжнародного суспільства; функція культурної співпраці та створення нових стильових напрямків; творча функція стосовно соціуму та безпосередньо джазового мистецтва, оскільки дана подія є особливим простором у якому відбувається процес моделювання культурних цінностей; освітня та пізнавальна функції джазових фестивалів (проведення відкритих лекцій з історії та теорії джазового мистецтва, майстер-класи провідних вітчизняних та зарубіжних джазменів, джазові читання, а також джазові-сейшени, конкурси та preparty фестивалю (як частина нерегламентованого проведення часу та спільного відпочинку); рекреаційна та релаксивна, які сприяють можливості вільного світовідчуття та світосприйняття відвідувачів – глядач, як безпосередній учасник джазового фестивалю, отримує величезний когнітивно-духовний досвід, осмислюючи необхідність творчої дії, актуалізуючи головні життєві цінності соціокультурного характеру.

Сучасний джазовий фестиваль – частина культуротворчого простору, в якому, завдяки перетинанню різноманітних видів мистецтв та індивідуальних мистецьких проявів, виникає експозиційна метафора глобального соціокультурного простору XXI ст.

Література:

1. Дурново Г. Фестиваль «Jazz in Kiev»: обещания выполняются // Jazz in Kiev. URL: https://new.jazz.ru/2010/11/18/jazz-in-kiev (дата звернення 2.05.2018).
2. Кучинская Т. Н. Архитектоника социокультурного пространства Китая в условиях транснационального межкультурного взаимодействия РФ и КНР : дис. … д-ра филос. наук : 09.00.13. Чита, 2013. 413 с.
3. Чотирнадцятий Міжнародний джазовий фестиваль «Єдність» // Джаз-фестиваль «Єдність». URL: http://www.ednist-jazz.com/hvi-mizhnarodnij-dzhazovij-festival-iednist (дата звернення 23.05.2018).
4. Фестиваль Jazz in Kiev стартует уже на этой неделе с кинопоказов коллекционера джазового кино // Дело. 2011. 18 октября. (дата звернення 3.05.2018).
5. Jazz In Kiev / Всеукраинский джазовый портал. URL : http://uajazz.com/2010/09/jazz-in-kiev-2010. (дата звернення 13.09.2018).

Пацьора Дар'я, *студентка магістратури НАКККіМ*

СУЧАСНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах посилення невизначеності зовнішнього середовища актуалізується проблематика адаптивного стратегічного управління діяльністю організацією. У зв'язку з цим змінюються стратегічні пріоритети в системі стратегічного планування людських ресурсів, підвищення ефективності їх роботи у відповідності до місії та стратегічних цілей діяльності організації.

Стратегічне управління персоналом організації передбачає формування та розвиток конкурентоздатного кадрового потенціалу у відповідності зі стратегічними цілями розвитку організації з урахуванням викликів та загроз у зовнішньому середовищі. Тобто, стратегія управління персоналом організації представляє собою сукупність принципів, процедур, правил роботи з персоналом організації, з урахуванням типу загальної стратегії організації, організаційного та кадрового потенціалу, кадрової політики [3, 32].

У науковій літературі виділяють такі етапи розробки стратегії управління персоналом [2, 45]:

- проведення внутрішнього аудиту людських ресурсів в компанії,
- визначення організаційних слабких/сильних сторін компанії у сфері управління персоналом; визначення відсутніх елементів системи управління персоналом;
- визначення завдань і пріоритетних заходів з управління персоналом в рамках загальної стратегії бізнесу;
- підготовка і затвердження стратегії управління персоналом – керівництвом організації.

Управління розвитком людських ресурсів організації є стратегічно орієнтованим процесом, реалізація якого передбачає встановлення цілей кадрової стратегії, здійснення стратегічного аналізу зовнішніх та внутрішніх чинників, що здійснюють відповідний вплив на формування та реалізацію кадрового потенціалу підприємства, розробку кадрової стратегії, її реалізацію та контроль за виконанням стратегії.

Ефективність управління людськими ресурсами організації визначається дією багатьох чинників, серед яких провідну роль відіграють особливості колективу та його структура.

Колектив (лат. collectivus – збірний) представляє собою сукупність людей, об'єднаних спільною метою та діяльністю, єдністю інтересів, єдиною організацією і взаємною відповідальністю кожного, відносинами співробітництва та взаємодопомоги. Головною умовою створення колективу є відбір людей за відповідними здібностями і створення сприятливих умов для реалізації ними цих здібностей через досягнення відповідної кваліфікації.

Для забезпечення ефективності діяльності колектив повинен мати чітко встановлені завдання:

У своєму розвитку кожен колектив проходить такі етапи [1, 48-49]:

1. Формування (зародження) колективу. Для стадії формування трудового колективу характерними є: наявність групи малопов'язаних між собою людей, відсутність соціального контролю, традицій. Формуються усі види відносин, норми поведінки, правила регулювання внутрішньоорганізаційних зв'язків, зміцнюються усі види дисципліни, затверджується певний стиль роботи. Формальний характер колективу визначає автократичний стиль керівництва. Для

колективу характерним є централізація управління, формування для підлеглих конкретних задач, детальне регламентування та жорсткий контроль за їхнім виконанням; застосовуються організаційно-розпорядницькі методи управління.

2. Становлення колективу. На етапі становлення трудового колективу формується актив, що поєднує більшість членів колективу, починають складатися традиції, громадська думка, яка спрямована на підтримку вимог керівника більшістю робітників. Як наслідок, рішення всі частіше приймаються колегіально, стиль керівника стає більш демократичним.

Задача керівника на даному етапі полягає в тому, щоб, спираючись на актив колективу, визначити позиції, цілі і мотиви діяльності кожного члена трудового колективу. Це дозволить йому обрати найбільш ефективні технології впливу на мотиви поведінки людей, активізувати і залучити до участі в управлінні усіх членів колективу.

1. *Зрілість колективу.* Трудовий колектив на стадії зрілості має усі ознаки і виконує усі функції, які властиві трудовому колективу. Основні регулятори поведінки людей на даному етапі - взаємна вимогливість, соціальний контроль. Даній стадії розвитку трудового колективу притаманні високі економічні показники діяльності підприємства, найбільш повний збіг особистих інтересів з інтересами колективу, сприятливий морально-психологічний клімат. На третій стадії не тільки керівник, а й всі співробітники відчувають відповідальність за діяльність свого колективу. Керівник повністю переходить на демократичний стиль управління, проводячи ділові наради, намагається з співробітниками знаходити оптимальні рішення проблем, що виникають. Керівник діє як наділений функціями керівництва авторитетний представник інтересів колективу.

2. *Старіння колективу.* На стадії старіння колектив припиняє розвиток, втрачає здатність до адаптації, соціальний контроль набуває консервативного характеру і визначає статику колективу. Роль керівника полягає у підтримці колективу в стані відкритості, поповненні колективу новими членами, орієнтуванні персоналу на інновації, що забезпечать виживання колективу, його адаптацію до оточення, що змінюється.

Отже, для підвищення продуктивності праці на підприємстві важливим є розуміння стадії, в якій перебуває колектив, та шляхів його згуртування задля досягнення загальної мети.

Література:

1. Лебедев В. Коллектив как социальный объект управления // Проблемы теории и практики управления, 2009. № 4. С. 47-53.

2. Сербиновский Б.Ю. Управление персоналом: Учебник. 2-е изд. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. 464 с.

3. Стадник В. В. Менеджмент: підручник. 2-ге вид., вип., допов. К.: Академвидав, 2012. 472 с.

Перцевий Володимир, *студент магістратури НАКККіМ*

РОЛЬ ТРАНСПОРТУ В СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Транспорт (від лат. trans – через і portare – нести) є однією з найважливіших галузей народного господарства. Транспорт зв'язує всі економічні і адміністративні райони країни в одне ціле, забезпечує постійний ріст товарообігу, розширення і зміцнення зв'язків між всіма галузями народного господарства. Транспорт є єдиною транспортною системою, в яку входять залізничний, автомобільний, водний, повітряний і трубопровідний транспорт.

Швидкі темпи економічного розвитку України в сукупності з інтеграційним процесом у Європі ведуть до інтенсифікації міжнародних зв'язків, зростання обсягів торгівлі і, як наслідок, росту потужності вантажопотоків, що сприяє розвитку міжнародних автомобільних перевезень.

Головною передумовою динамічного розвитку ринку міжнародних автомобільних перевезень є стабільне функціонування економіки держави, розвиток торгівельних стосунків із зарубіжними країнами.

Основними причинами, що стримують розвиток транспортного забезпечення у сфері зовнішньоекономічної діяльності України, є: невпорядкованість системи державного регулювання щодо контролю на кордоні та справляння зборів; висока вартість послуг, що надаються митними брокерами, контрольними службами й транспортними терміналами; численні бюрократичні перепони при оформленні міжнародних перевезень; низька швидкість доставки пасажирів та вантажів; брак комплексного, у тому числі інформаційного, обслуговування на шляху здійснення міжнародних перевезень; недостатність, а на окремих напрямах і відсутність комплексу нормативно-правових актів, що регулюють міжнародні перевезення та їх обслуговування.

Автомобільний транспорт України представляє собою найбільш гнучкий і масовий вид транспорту. На даний час продовжується подальша концентрація транспортних засобів на великих автотранспортних підприємствах, розширення централізованих перевезень вантажним автомобільним транспортом загального користування, розвиток міжміських автомобільних перевезень, збільшення часу роботи вантажних автомобілів протягом доби.

На відміну від інших видів транспорту автотранспорт в усіх зростаючих обсягах перевозить міжнародні вантажі. Це обумовлено його високою маневреністю, великою швидкістю, забезпеченням перевезень безпосередньо від відправника до одержувача. Мобільність автомобільного транспорту дозволяє оперативно реагувати на зміну пасажиро- й вантажопотоків [2, 45].

Незважаючи на переваги, автомобільний транспорт має багато недоліків. Легкові автомобілі затратний транспорт порівняно з іншими видами транспорту в перерахунку на одного пасажира. Основна частина (63 %) екологічної шкоди планети пов’язана з автотранспортом. Значна екологічна шкода завдається навколишньому середовищу і суспільству на всіх стадіях виробництва, експлуатації і утилізації автомобілів, палива, масел, покришок, будівництва доріг та інших об’єктів автомобільної інфраструктури. Зокрема, оксиди азоту і сірки, що викидаються в атмосферу при спалюванні палива, викликають кислотні дощі.

Варто враховувати, що економіка і перевезення взаємно впливають один на одного, бо як розвиток економіки викликає ріст обсягів перевезень, так і високий рівень та можливості надання послуг з перевезень позитивно впливають на рівень інвестицій та темпи зростання економік [1, 67].

Попит на вантажні автомобільні перевезення великою мірою залежить від динаміки та структури зміни об’ємів виробництва в країні, а також платоспроможності підприємств і організацій всіх галузей економіки.

За групами товарів пріоритетними в експортному напрямі є: деревина, недорогоцінні метали, продукція хімічної промисловості і вироби з шкіри і хутра. У імпортному напрямі переважно перевозяться такі товари: механічне оснащення; аудіо, відеоапаратура, полімерні матеріали і готові харчові продукти.

Тому докладне вивчення особливостей всіх видів вантажів, що перевозяться, дає змогу сформувати вимоги до транспортних засобів з метою збереження кількості та якості вантажів, безпеки транспортного процесу, дотримання вимог охорони довкілля, забезпечення відповідного рівня комфорту для обслуговуючого персоналу та ін.

На вибір оптимального маршруту впливають дорожні умови, обмеження у русі та навіть політика держави. На рівень цін під час здійснення вантажоперевезень безпосередньо чи опосередковано можуть впливати такі чинники, як наявність спеціального врегулювання в’їзд до центру міста, рентабельність транспортний засіб і навіть інтенсивність руху. Звісно ж, оплату роботи на вантажників і інші «стандартні» чинники, що впливають на вартість вантажоперевезення.

Література:

1. Вільковський Є. К., Кельман І. І, Бакуліч О.О. Вантажознавство (вантажі, правила перевезень, рухомий склад). Л.:«Інтелект-захід». 2012. 452 с.

2. Воркут А. І. Вантажні автомобільні перевезення. Київ: Вища шк., 2006. 244 с.

Погребняк Валентина, *студентка магістратури НАКККіМ*

СОЦІОКУЛЬТУРНА СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКОГО КІНО

Кіно стало невід'ємною частиною нашого життя і є потужною компонентою у формуванні унікального культурного бренду [1]. Перегляд художнього фільму – це один із найпоширеніших видів відпочинку. Одні фільми можуть розважити, інші – переносити в минуле чи відправляти у космос, збагачуючи глядача корисною інформацією. Хтось взагалі полюбляє фільми жахів. Коротко кажучи, сьогодні кінематограф пропонує фільми на будь-який смак і з будь-якою метою. Кіноіндустрія постійно розвивається і дивує чимось новим. Зокрема, сьогодні ми все частіше чуємо про авторське, некомерційне, соціальне кіно, яке має особливе завдання.

Соціальне кіно, на відміну від комерційного, не має розважальної мети. Основне його завдання – змінити уявлення та ставлення людини до дійсності, побачити проблему та змінити реальність навколо себе. Соціальне кіно спрямоване не просто на передачу інформації глядачу, а на його залучення до вирішення певної проблеми. Воно спонукає глядача розглядати проблемні теми суспільства як власні, та співвідносити себе з соціальними проблемами шляхом задавання собі питань типу «Як це може стосуватися мене безпосередньо?», «Як я ставлюсь до дитячої безпритульності?», «Яке моє ставлення до людей з інвалідністю?», «Чи торкається мене питання глобального потепління?».

Соціальне кіно не тільки є засобом проблематизації, а й може бути інструментом рефлексії, осмислення, реагування на вже існуючу соціальну проблему.

Основними цілями при показі соціального кіно є:

- формування у людей небайдужості та толерантності;
- розвиток особистості;
- гуманізація суспільства в цілому.

Практика соціального кіно призводить до змін на двох рівнях:

- на особистому рівні – формування ставлення та моделі поведінки особистості в певній проблемній соціальній ситуації;
- на соціальному рівні – розголос проблеми у суспільстві, що впливає на формування соціальної політики щодо вирішення конкретної соціальної проблеми.

Для досягнення поставлених цілей необхідно зібрати глядачів на його перегляд, які, в свою чергу, повинні мати достатній рівень підготовки та здатність до аналізу і рефлексії.

Практика використання соціального кіно має ряд переваг, серед них:

- охоплення широкого кола глядачів;
- привернення уваги до актуальних соціальних проблем, які поки в суспільстві не обговорюються, табуються або недостатньо вивчені та висвітлені (недостатня поінформованість суспільства);
- вплив та зміни на рівні буденної свідомості (зміна уявлень, ставлень людей);
- задоволення потреб, як суспільства в цілому, так і окремих людей (рефлексія ситуації, пошук рішення проблеми, підтримки, натхнення).

Таким чином, ефективність використання практики соціального кіно є очевидною, адже вона є засобом, який працює відповідно до поставлених цілей та поєднує у собі такі методи, як рефлексія та обговорення, цим самим спонукаючи глядача до участі у вирішенні соціальних проблем. Змінити реальність на краще можна! Потрібно лише привернути увагу, зацікавити людей, надихнути їх на активну участь у житті суспільства. Тому перегляд та створення соціальних фільмів стане вагомим кроком на шляху до змін!

Література:

1. Копієвська О. Р. Культурні блага в контексті формування національного бренду // Культура народов Причерноморья : научный журнал. Симферополь : ТНУ им. В. И. Вернадского, 2014. № 270, травень. С. 108–112.

Прощенко Валерія, *студентка магістратури НАКККіМ*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ І ПРАКТИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ

У сучасному суспільстві музеї розглядаються як невід'ємна складова соціокультурного простору. Музей як специфічний багатофункціональний соціокультурний механізм спрямований на збереження історико-культурної спадщини, а дослідження музейних пам'яток сприяє значній науково-просвітницькій діяльності, здійснює експозиційну роботу.

У свою чергу, музейна діяльність передбачає широкі контакти з громадськістю, а комунікативна функція набуває особливої ваги у взаємозв'язках музею та суспільства. Останнім часом пильну увагу фахівці музейної галузі приділяють просвітницькій діяльності [1, 75]. Для цього використовують основні форми музейної комунікації, такі, як експозиційно-виставкова, просвітницько-освітня, видавнича тощо.

Експозиційно-виставкова – форма музейної комунікації за допомогою якої відвідувач спілкується із музейним предметом, так як вступає в контакт з музеєм, коли оглядає експозицію, спілкується із співробітниками. А тому щоб глядачі всебічно опанували музейні збірки, а експозиційна робота була ефективною, музейникам необхідно глибоко досліджувати свою аудиторію, її базові знання, навички, вікові особливості, уподобання тощо [2, 14].

Просвітницько-освітня – комунікаційна форма у процесі якої реалізуються такі соціальні функції музею як освіта, виховання, організація вільного часу, а базовими формами є лекції, консультації, наукові читання, гуртки, студії, клуби, конкурси, олімпіади, вікторини, зустріч з цікавою людиною, концерти, літературні вечори, театралізовані вистави, кіно перегляди, музейне свято, музейна гра тощо.

Видавнича форма комунікації – підготовка наукових праць і збірників, довідників та путівників, описів колекцій, що сприяє поширенню відомостей про збірки музею, його діяльність, поглибленню діалогу між музеєм і відвідувачем.

Між тим, як дієвий засіб комунікації з суспільством музеї активно використовують засоби масової інформації, радіо, телебачення, газети, журнали, Інтернет-видання, які допомагають зацікавити громадян до відвідин музеїв [1, 79]. Музейна сфера в сучасному вимірі, зберігаючи артефакти минулого, має орієнтуватися на майбутнє. Світові музеї невпинно крокують в ногу з часом та активно залучають найактуальніші інноваційні тренди у базу своєї діяльності. Проте на сучасному етапі проблемою для розвитку музейної сфери так і залишається виклики глобалізації [4, 5].

У свою чергу, **о**сновним завданням музейного менеджменту є залучення більшої кількості відвідувачів. До завдань музею стосовно відвідувачів належить постійне експонування фондових зібрань, тимчасові виставки, навчальні програми, окремі заходи та освітня робота [3, 19]. Проте нині в Україні складно думати про комунікацію та просування культурного продукту, його дистрибуцію в умовах обмежених ресурсів, зокрема й менеджерських.

А тому перспективним напрямом у розвитку музейництва є використання Інтернет-технологій, що відкривають великі можливості для комунікації музею з широкою аудиторією відвідувачів, ознайомлення їх з матеріальним і духовним культурним надбанням, розширення міжмузейних контактів, інтеграції у світове музейне співтовариство.

Отже, музей як специфічний організм має свої особливості, проте в сучасних умовах створення і просування музейного продукту чи послуги потребує проведення маркетингового дослідження з використанням якісної рекламної кампанії. Інформація для відвідувачів має подаватися якісно і професійно із застосуванням інноваційних технологій. Музейна послуга як культурний проект має бути трендовим та враховувати динаміку розвитку інноваційних технологій, як в окремій країні, так і в цілому у світі.

Література:

1. Маньковская Р. Сучасні музейні комунікації та перспективи їх розвитку. URL: http://history.org.ua/JournALL/kraj/kraj_2013_3/13.pdf (дата звернення: 81.09.2018).

2. Вербицька П. Нові підходи до вдосконалення просвітницької діяльності музею. URL: znppo_2014_16_4.pdf (дата звернення: 81.09.2018).
3. Аартс Г. Музей: менеджмент і освітня діяльність. Львів : Літопис, 2009. 224 с.
4. Копієвська О. Р. Еволюція музейної справи України у світлі державної культурної політики // Питання культурології : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України ; КНУКіМ. Київ: КНУКіМ, 2004. Вип. 19. С. 51–57.
5. Копієвська О. Р. Культурна спадщина в контексті історичної культурології // Питання культурології : зб. наук. праць. Київ: КНУКіМ, 2009. Вип. 25. С. 66–72.

Пушкар Рада, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОРГАНІЗАЦІЯ КУРОРТНОГО ВІДПОЧИНКУ ЯК ПРОБЛЕМА МЕНЕДЖЕРА СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

Зростаючі навантаження емоційного, технологічного, екологічного характеру на людину в сучасному світі і водночас усвідомлення суспільством життєво важливої необхідності відновлюватися різними формами і методами загострили актуальність проблеми організації якісного відпочинку та рекреації в санаторно-курортній сфері, яка зачіпає інтереси кожного члена соціуму в цілому. Відтак, організація курортного відпочинку є однією з найважливіших задач менеджера СКД.

Проблематика становлення, розвитку, регулювання та управління санаторно-курортними комплексам розглядається в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників (Р. Батлер, Д. Бухаліс, Н. Лейпер, В. Нарштед, А. Александрова, Є. Богданов, Н. Борулько, О. Ветітнєв, Г. Гаврилко, Л. Журавльова, В. Кірюхін, О. Нікітіна, О. Разумов).

Вивченню питань теорії та методології основ туризму та гостинності присвячені роботи таких дослідників як: П. Алеппський, Г. Андрущенко, Л. Артюх, М. Біржаков, М. Будько, Г. Вишневська, А. Гамзатова, Г. Гарбар, С. Герберштейн, М. Конаков, Г. Котошихін, В. Прима, В. Русавська В. Гуляєв, І. Таранова, О. Трухачов, О. Чудновський.

Організації дозвілля, зокрема і в санаторно-курортних зонах присвячені роботи В. Бочелюк, А. Вишняк, Г. Загадарчук, О. Ісайкіна, В. Корсун, О. Машкової, С. Пащенко, І. Петрової, М. Поплавського, С. Савченко, Л. Устименко, С. Філімонова та ін.

Не зважаючи на значну кількість праць, присвячених організації дозвілля, все ж слід зазначити, що проблемі організації курортного відпочину, зокрема дозвілля в санаторно-курортних комплексах, у вітчизняній науці приділяється недостатньо уваги і тому деякі питання потребують подальшого вивчення. Передусім це стосується таких аспектів роботи менеджера СКД [3], які пов’язані зі спортивно-масовою роботою, екскурсійною, розважальною (покази кінофільмів, проведення вечорів відпочинку тощо). Основними проблемами в цій сфері є: «недотримання профілю і спеціалізації здравниць, що приводить до формування змішаного контингенту з різними, часто протилежними інтересами (дорослі і діти, сімейні і самотні, прибулі переважно на лікування або для відпочинку); протиріччя між необхідністю дотримання лікувально-охоронного режиму і дозвіллєвою активністю, особливо вираженої у вечірній час; відсутність контролю (недостатній контроль) за станом здоров'я хворих при їхній участі в активних видах відпочинку; невідповідність форм і методів діяльності працівників дозвіллєвої сфери дорослому культурному рівневі відпочиваючих; відставання матеріальної бази дозвіллєвої сфери від сучасних вимог» [1].

Необхідно підкреслити, що розважальні заходи на курортах повинні бути організовані так, щоб не порушувати загальний шумовий режим і не заважати відпочинку людей, що не беруть участь у них. Діяльність менеджера СКД при цьому повинна відбуватись на наступною класифікацією програм дозвілля за напрямами діяльності: рекреаційно-оздоровчі (дискотеки, танцювальні вечори, розважальні програми та вечірні шоу, карнавали, рибальство, ігрові конкурси, спортивні змагання); спортивні (мандрівки, змагання, велоспорт, плавання, екскурсії, подорожі); культурно-мистецькі (вистави, виставки, концерти, вернісажі, фольклорні акції, художні програми, відвідування музеїв, галерей); просвітні (лекції, заняття за інтересами, зустрічі, інтелектуальні ігри, вікторини, фестивалі) [2].

Курортно-санаторний відпочинок певним чином визначає спосіб життя деяких соціальних спільнот, виступає так би мовити «випробувальним полігоном» для багатьох соціальних моделей

поведінки, формує соціокультурний контекст. Відтак, є всі підстави розглядати цей вид відпочинку як важливий різновид соціально-культурної діяльності.

Література:

1. Організація дозвілля і розваг у санаторно-курортних установах. URL: https://poznayka.org/s49537t1.html (дата звернення: 29.07.2018).
2. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в цивілізації дозвілля // Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей: Перший Міжнар. конгрес соціологічної асоціації України, Харків, 15–17 жовтня 2009 р. Харків, 2009. С. 292.
3. Копієвська О. Р. Щодо питання практичної підготовки «менеджера дозвілля» // Індустрія дозвілля і розваг : міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 22–24 травня 2013 р. К. : НАКККіМ, 2013. С. 9–11.

Радовинюк Марія, *студентка магістратури НАКККіМ*

РЕОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ КЛУБНОГО ТИПУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

На початку 90-х років відбулися зміни у структурі та організаційних формах закладів культури клубного типу. З'явилися нові різновиди клубних закладів, які функціонують в Україні, зокрема інноваційні заклади культури клубного типу.

Інноваційні установи культури клубного типу відрізняються від традиційних клубів напрямками роботи, змістом діяльності, організаційною структурою, системою керівництва, творчо-виробничою діяльністю, кадровими та матеріально-технічними ресурсами закладу.

Нині в Україні серед інноваційних клубних закладів понад 300 Палаців культури, більше 2000 народних домів, понад 500 спеціалізованих клубних закладів (будинків фольклору, народної творчості, національних культур, відпочинку і ремесел тощо), які надають можливість скооперувати матеріальні, фінансові, кадрові ресурси, впроваджувати інноваційні форми роботи, розширювати сферу діяльності, в тому числі й міжнародні культурні зв’язки.

Наприклад, на Львівщині свого часу розпочалася реорганізація клубів та будинків культури у народні доми. Ця реорганізація відбувалася за рішенням місцевих органів влади, було створено обласну громадську раду народних домів, яка ухвалила «Положення про народний дім» з метою відродити фольклорні традиції, відновити зв'язки між поколіннями, врятувати від занепаду унікальні народні промисли та використати форми і методи культурно-просвітницької діяльності, виховати патріотичні почуття молоді [4].

Даний досвід було враховано і на Івано-Франківщині, де на сьогодні народні доми складають близько третини всіх закладів культури. Також і на Волині, Рівненщині, Буковині і Закарпатті відбулася модернізація закладів культури. Попередньо було проведено соціологічні дослідження, проаналізовано істотний досвід просвітницького руху, вивчено громадську думку молодого покоління, враховано ресурсну базу того чи іншого закладу і лише після цього було прийнято рішення про зміну виду діяльності. Саме тому в даному регіоні спостерігається більша різноманітність закладів культури нового типу, серед яких є будинки та центри фольклору, національних культур, будинки народної творчості і дозвілля, доми фольклору і ремесел тощо. Також функціонують народні доми, звичні всім клуби, будинки культури для молоді.

Модернізація будинків культури відбулася і в інших регіонах України. Було створено різноманітні за змістом, видами діяльності, завданнями клуби та клубні заклади. Виникають і нові заклади клубного типу, а саме центри дозвілля, творчості та прикладних досліджень (м. Одеса, м. Херсон), центри естетичного виховання (м. Павлоград), центри культури та дозвілля (м. Харків), культурно-спортивні центри (м. Глухів) [4].

На думку С. Скляр, оновлені клубні заклади мають сприяти активній участі молоді у відродженні та збереженні фольклорних традицій, народних промислів, духовному піднесенню особистості, розвитку почуття національної гордості та гідності. Між тим, створення умов для активного дозвілля, культурного спілкування сприятиме покращенню соціально-психологічної

атмосфери у суспільстві, а тому потрібно шукати нові і удосконалювати вже відомі форми культурно-дозвіллєвої діяльності, не боятися експериментів і пошуку [4].

У свою чергу, на сьогодні мережа клубних закладів в Україні є найбільшою в системі культури, які є основними осередками, що надають культурні послуги на селі, в районних центрах та невеликих містах України, тобто в тих місцевостях де відсутня альтернатива отримати культурні послуги з інших джерел.

Проте більшість державних закладів культури функціонують не повноцінно, а деякі з них є закритими або розформованими. Закладами культури, зокрема клубами освоєна лише незначна частина вільного часу різних груп населення, так як вони переважно займаються організацією традиційних форм культурно-дозвіллєвої діяльності, але інтереси і потреби різних груп населення давно переросли ці рамки. І як слушно зауважує А. Попова, то ігнорування ж реальних потреб різних груп населення закладами культури призводить до виникнення стихійних об'єднань, діяльність яких не завжди сприяє конструктивному розвитку особистості [3].

Нині науковці зазначають, що традиційна структура закладів культури, зокрема клубів переважно руйнується та занепадає [2].На думку С. Скляр про це свідчать такі факти:

- незначна кількість або відсутність (в регіонах) державних закладів культури;
- дозвілля набуває сегментованого й шаблонізованого характеру;
- зростає рівень пасивного дозвілля, як наслідок молодь втрачає відчуття культурної цілісності;
- із зростанням технічної досконалості природне, самоорганізоване дозвілля переважно відмирає;
- скрутне матеріальне становище більшої частини молоді не дозволяє проводити дозвілля відповідно до своїх запитів і потреб [4].

Тому, як слушно зауважує О. Копієвська, заклади клубного типу, зокрема будинки культури та клуби, потребують потужної державної підтримки не лише матеріальної, технічної, але і методичної. Слід здійснити комплекс заходів, що допоможуть в умовах соціально-економічної кризи зберегти мережу та покращити матеріально-технічну базу сільських клубних закладів, впроваджувати нові форми організації змістовного культурного дозвілля сільського населення [1].

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. К. : НАКККіМ, 2014. 296 с.
2. Максимовська Н. О. Сучасний стан дозвіллєвої сфери в Україні: соціально-педагогічний аспект // Вісник Харківської державної академії культури. 2011. Вип. 33. С. 264–272.
3. Попова А. С. Сфера досуга молодежи в современном мире // Молодой ученый. 2014. № 11. С. 220–223.
4. Скляр С. Ю. Соціокультурні засади організації дозвілля молоді: регіональний аспект // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Соціологія. 2008. Т. 84, Вип. 71. С. 82–87.

Рузич Владислав, *студент магістратури НАКККіМ*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СТРАТЕГІЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальною проблемою сучасної економіки України є проблема посилення ризиків. Це підтверджується економічною та політичною нестабільністю в країні, офіційними статистичними даними про зростання збитковості підприємств, зношеністю матеріально-технічної бази та іншими даними. У зв’язку з вищезазначеним існує потреба активізації розробки та удосконалення методологічної бази управління ризиками, її адаптація до сучасного стану української економіки, а також впровадження основних складових сучасних всесвітніх стандартів у сфері ризик менеджменту. Саме тому українським підприємствам необхідне вчасне врахування факторів ризику при прийнятті управлінських рішень; кваліфікована організація процесу управління ризиковою ситуацією, яка спрямована на забезпечення пристосування діяльності підприємства до умов зовнішнього та внутрішнього середовища, що постійно змінюються. Науковці поділяють зовнішні фактори ризику в Україні на фактори прямої та непрямої дії. До факторів прямої дії відносять нестабільність законодавства та непередбачені дії державних органів, нестійку економічну політику, різку зміну кон’юнктури ринку та непередбачувані дії конкурентів, корупцію, рекет та інше. До

факторів непрямої дії - нестабільність політичних та соціальних умов, непередбачувані зміни міжнародного середовища, економічного середовища в регіоні та інше.

Науковий доробок із проблем управління ризиком значний і включає наукові праці відомих українських та зарубіжних вчених: В. В. Вітлінського, В. М. Гранатурова, О. Л. Устенка, О. І. Ястремського, А. Д. Штефанича, А.П.Альгіна, Г. Б. Клейнера, І. Т. Балабанова, Є. А. Уткіна, С. М. Ілляшенко, В.В. Черкасова, Г. В. Чернової, В. В. Глущенка, М. В. Хохлова, В. А. Москвіна, О. С. Шапкіна, А. Мура, К. Хлардена, праці яких присвячені дослідженню сутності ризику, визначенню факторів і причин його виникнення, характеристиці методів оцінки ступеня ризику. Управління ризиком підприємства як важливішого чинника його конкурентоспроможності та вибір правильних методів стратегічного управоління були і є предметом уваги багатьох фахівців. Вагомий внесок у теорію управління ризиками зробили такі вчені: Б. Райзберг, Т. Райс, Л. Севідж, М. Фрідмен, П. Шумпетер, А. Матвійчук, В. Хобт, В. Буянов, А. Альгін, П. Верченко та ін. Концептуально базові питання підприємницької діяльності і зв'язку її з ризиком було розглянуто в працях А.Сміта, Д. Рікардо, Й. Шумпетера, Дж. С. Мілля, Н. У. Сеніора, А. Маршалла, А. Пігу, Ф. Найта. Згідно зі стандартом AS/NZS Standard 4360:1999 процес ризик-менеджменту визначається як систематичне використання наявних у розпорядженні менеджерів методів, способів і прийомів для вирішення завдань, що стосуються ризиків: установлення контексту, аналізу (виявлення й оцінки), впливу, моніторингу і комунікації [6].

Неоднозначність тлумачення поняття управління ризиками не в останню чергу викликана відсутністю єдиної позиції щодо визначення поняття управління. Існуючі теоретичні підходи до визначення ризик-менеджменту недостатньо повно його характеризують. Більшість точок зору визначають ризик-менеджмент як процес, що характерний для реактивного управління, тобто процес впливу на об'єкт управління з метою пошуку можливих шляхів зменшення, а не запобігання ризику. Такий підхід не спрямований на розроблення попереджувальних заходів щодо уникнення майбутніх ризиків.

Управління ризиком – багатоетапний процес, мета якого зменшити чи компенсувати збитки для об'єкта при настанні несприятливих подій [5, 16]. Як вважає О. Л. Устенко, управління ризиком – це процес впливу на суб'єкт господарювання, при якому забезпечується максимально широкий діапазон охоплення можливих ризиків, їх обґрунтоване прийняття та зведення ступеня їх впливу до мінімальних меж, а також розробка стратегії поведінки даного суб'єкта в разі реалізації конкретних видів ризику [4, 78].

На нашу думку, такий підхід є занадто широким і визначає перелік управлінських дій з ризик-менеджменту.

З точки зору В. М. Гранатурова, управління ризиком можна охарактеризувати як сукупність методів, прийомів, заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикованих подій і вживати заходів щодо виключення або зниження негативних наслідків їх настання [2, 7].

Штефанич Д. А. визначає управління підприємницьким ризиком як сукупність дій економічного, організаційного і технічного характеру, спрямованих на встановлення видів, факторів, джерел ризику, оцінку величини, розробку і реалізацію заходів щодо зменшення його рівня та запобігання можливих втрат [3, 45].

Ключовим стандартом для управління ризиками є ISO 31000 «Загальні керівні вказівки щодо принципів та втілення ризик-менеджменту». До затвердження цей документ пройшов довгий шлях. Все почалося тоді, коли міжвідомчий технічний комітет ОВ/7 «Стандартів Австралії» /«Стандартів Нової Зеландії» розробив стандарт AS/NZS 4360 «Управління ризиком», уперше виданий у листопаді 1995 року, переглянутий у 1999 році і востаннє переглянутий у 2004. Організації зі стандартів Канади (1997 рік) та Японії (2001 рік) прийняли свої власні версії, а в 2002 році ISO та Міжнародна Електротехнічна Комісія (IEC) опублікували Настанову ISO/IEC 73 «Управління ризиком. Словник. Настанови з використання в стандартах». Оскільки стандарт AS/NZS 4360:2004 загальний і вимагає адаптації до того чи іншого підприємства, то це дозволяє уникнути скарг, що стандарти «небезпечні». Хоча управління ризиком все ще розвивається, але ці настанови вже в їхньому третьому розробленні допоможуть будь-якому підприємству розпочати і змінити процес. Стандарт AS/NZS 4360 відповідає глобальній потребі у загальних настановах із застосування управління ризиками на підприємствах всіх розмірів як приватних, так і державних [7].

В Україні переважно застосовується традиційна система ризик-менеджменту «знизу – догори», яка застаріла. При виборі моделі управління ризиками в українських компаніях необхідно

враховувати стан самої організації, її життєвий цикл, стратегічні цілі. На деяких етапах складна система не є ефективною і потрібно використовувати традиційну концепцію. В новітніх концепціях менеджменту ризик починає пов'язуватись не тільки з втратами, але й з можливістю отримання додаткового прибутку при наявності ефективної стратегії управління ризиками підприємництва. Разом з тим, зазначається, що сучасні методи управління ризиком тільки починають використовуватися вітчизняними компаніями, переважно в банківській сфері та крупними промисловими корпораціями, де певною мірою досліджені основні профільні види ризику. В цілому ж, існуючі теоретичні розробки поки що не знайшли достатнього поширення та впровадження на практиці у сфері діяльності вітчизняного підприємництва, особливо це стосується малого бізнесу, де фактично єдиним методом мінімізації ризиків є страхування. Однією з причин такого стану є те, що не зважаючи на величезну кількість наукових публікацій, присвячених дослідженню проблем управління ризиком, досі ще не розроблені методологічні основи формування системи ризиків для конкретних суб'єктів підприємницької діяльності. Треба відмітити, що ризики, в умовах яких функціонують українські підприємства, досить різноманітні, тому на практиці зусилля менеджерів направлені в основному на мінімізацію впливу виробничих ризиків на діяльність підприємства. Існують прогнози, що в найближчому майбутньому відбудеться зміна пріоритетів та основні зусилля спрямовуватимуться з виробничої у фінансову сферу [1, 24].

Отже, сучасний кризовий стан розвитку економіки України характеризується динамічними коливаннями, які зумовлюють порушення стійкості та нормального розвитку організацій. Нинішня ситуація вимагає застосування широкого спектра антикризових заходів, спрямованих на мінімізацію впливу як зовнішніх так і внутрішніх кризових чинників, що може бути вирішено шляхом правильного вибору і формування стратегії і тактики маркетингової діяльності та політики її реалізації.

Література:

1. Вітлінський В. В., Верченко П. І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К. : КНЕУ, 2000. 292 с.
2. Гранатуров В. М., Литовченко І. В., Харічков С. К. Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та ількісні оцінки : монографія. Одеса : Ін-т проблем ринку та екон.-екол. досліджень НАН України, 2003.
3. Управління підприємницьким ризиком. Тернопіль: Економічна думка, 1999. 224 с.
4. Устенко О. Л. Теория экономического риска : монографія. К. : МАУП, 2007. 164 с.
5. Хохлов Н. В. Управление риском. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 239 с.
6. AS/NZS Risk Management Standart 4360. URL: http://www.riskmanagement.com.au. (дата звертання: 21.08.2018).

Ряба Ксенія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ЧИННИКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Головною метою оцінки ефективності діяльності підприємства є виявлення можливості його подальшого розвитку, визначеного за результатами повного аналізу фінансово-господарської діяльності. Тому найважливішим завданням функціонування сучасного підприємства є підвищення ефективності його діяльності завдяки більш повному використанню його внутрішніх резервів та системи розробки шляхів підвищення ефективності діяльності. Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства у науковій літературі, розуміють як сукупність конкретних заходів щодо покращення ефективності виробництва [2, 31].

При обґрунтуванні та аналізі усіх показників економічної ефективності враховуються фактори зростання ефективності виробництва за основними напрямами розвитку та покращення виробництва. Ці напрями охоплюють комплекси технічних, організаційних та соціально-економічних заходів, на основі яких досягається економія живої праці, витрат і ресурсів, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції. Основними факторами підвищення ефективності діяльності підприємства є [3, 121]:

– прискорення науково-технічного прогресу, підвищення технічного рівня виробництва, інноваційна політика;

– структурна перебудова економіки, її орієнтація на виробництво товарів народного споживання, конверсія оборонних підприємств та галузей, удосконалення відтворювальної структури капітальних вкладень, прискорений розвиток наукомістких, високотехнологічних галузей;

– роздержавлення і приватизація економіки, вдосконалення державного регулювання, господарського розрахунку і системи мотивації до праці;

– посилення соціально-психологічних факторів, підвищення відповідальності і творчої ініціативи працівників, всебічного розвитку особистості, посилення соціальної спрямованості в розвитку виробництва.

Слід відзначити, що фактори підвищення ефективності діяльності підприємства можуть бути класифіковані за трьома основними ознаками:

1) за основними напрямками розвитку та вдосконалення виробництва, які представляють комплекси технічних, організаційних та соціально-економічних заходів, на основі яких досягається економія суспільної праці;

2) за джерелами підвищення ефективності: зниження трудомісткості, матеріаломісткості, фондомісткості та капіталомісткості виробництва, економії часу, раціонального використання природних ресурсів;

3) відповідно до сфери застосування фактори поділяють на народногосподарські, міжгалузеві, регіональні, галузеві та внутрішньовиробничі.

Рівень ефективності діяльності підприємства залежить також від зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести: державну і соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти, економічні нормативи); інституційні механізми (дослідні і навчальні центри, інститути, асоціації); інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, транспорт, торгівлю); структурні зміни в суспільстві та економіці (в сфері технологій, наукових досліджень, в складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації).

Внутрішні чинники розподіляють на «тверді», тобто ті, що піддаються вимірюванню і мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали, енергія, вироби) та «м'які» (організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління). Кожне підприємство постійно контролює процес використання внутрішніх чинників через розробку та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності діяльності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників [1, 47].

Кількісна оцінка внутрішньовиробничих чинників дається в плані технічного та організаційного вдосконалення виробництва – зниження трудомісткості і зростання продуктивності праці, зменшення матеріалоємності та економія матеріальних ресурсів, економія від зниження витрат виробництва і приріст прибутку і рентабельності, приріст виробничих потужностей і випуску продукції, економічний ефект від реалізації заходів, а також конкретні розміри капітальних витрат і терміни реалізації заходів.

Найважливішим попередніми умовами створення цілісного та ефективного господарського механізму, адаптації підприємств до умов регульованого ринку є подальша розробка комплексу теоретичних і методичних питань в плануванні та обліку. У зв'язку з цим виникає необхідність конкретизації напрямків дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Таким чином, підвищення ефективності діяльності підприємства – одна з центральних проблем сучасності. Найважливішою попередньою умовою створення цілісного та ефективного господарського механізму, адаптації підприємств до умов регульованого ринку є подальша розробка комплексу теоретичних і методичних питань в плануванні та управління.

Література:

1. Богданович О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 1. С. 45–58.

2. Воронін О. Визначення показників економічної ефективності виробництва на основі модифікації ресурсного підходу // Економіка України. 2007. № 10. С. 29–37.

3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. – 352 с.

Рябець Юлія, *студентка магістратури НАКККіМ*

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Як показує світовий досвід, характерною особливістю маркетингу на сучасному етапі, з точки зору концептуальних підходів до управління, є програмно-цільовий і системний підходи до управління всіма сторонами діяльності суб'єктів господарювання. Найбільші з них успішно здійснюють «інтегрований маркетинг», спрямований як на створювану продукцію, так і на її споживачів. Формуються необхідні умови для розвитку нового типу маркетингу – «соціально-відповідального», при цьому він все більшою мірою набуває інноваційний зміст, що підсилює потенціал його впливу на підвищення конкурентоспроможності підприємств та їхньої продукції.

Вивчення робіт зарубіжних і вітчизняних авторів дозволило сформувати уявлення про маркетинг як про універсальний інструменті економічної діяльності в умовах ринку, що розвивається, де маркетинг розглядається як самодостатній механізм регулювання ринкових відносин. Не можна не відзначити і наведені в літературі переваги маркетингового підходу, проте виокремлення окремих служб підприємства як визначального фактору підвищення ефективності маркетингової діяльності недостатньо обґрунтоване. На даний момент маркетинг розглядається як всеосяжна складова управлінської діяльності, що дозволяє адаптувати підприємство до жорстких умов зовнішнього ринкового середовища.

Наведемо основні методи по мінімізації впливу факторів на формування маркетингової стратегії задля забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств [2, 28]:

1. Готовність до змін та розуміння необхідності та важливості використання маркетингу, як базису в процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
2. Визначення проблем та обмежень у маркетинговій діяльності, які негативно впливають на розробку системи стратегічних та оперативних планів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.
3. Вдосконалення кооперації елементів маркетингового механізму як усередині підприємства, так і ззовні при забезпеченні максимально високого рівня його конкурентоспроможності.
4. Розвиток корпоративного духу на підприємстві, що буде сприяти об'єднанню зусиль по отриманню ними певної переваги на ринку

Поєднати виробників і споживачів, допомогти їм у пошуках один одного і таким чином зробити діяльність першого дійсно потрібною і продуктивною – в цьому і проявляється основна мета маркетингової діяльності. Суттєвість здійснення глобального маркетингового підходу не тільки на рівні відділу або структурного підрозділу, а й на рівні всього підприємства кожним його співробітником, підкреслюється зарубіжними дослідниками як найважливіша ціль маркетингової діяльності [1, 120].

Реалізація в управлінні підприємством маркетингових принципів сприяє підвищенню ефективності його виробничої діяльності, дозволяє вибудовувати оптимальні програми виробництва та реалізації продукції, швидше реагувати на зміни, що відбуваються на ринку, а також забезпечує можливість більш повно використовувати конкурентні переваги підприємства, оптимізувати співвідношення припущення з об'єктивним попитом і т. п. Процес розвитку маркетингу на підприємстві супроводжується формуванням його управлінських концепцій, так чи інакше пов'язаних із споживачами продукції.

Отже, при розробці маркетингової стратегії розвитку конкурентоспроможності підприємства основою, безперечно, повинна стати інтеграція виробника зі споживачем Також у процесі формування стратегії важливим є уявлення того, що конкурентоспроможність підприємства залежить від його зовнішніх позицій і внутрішнього стану. Так, при здійсненні маркетингових заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств необхідно підтримувати певний баланс між дослідженнями та пріоритетами внутрішніх та зовнішніх факторів [3, 158].

Література:

1. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ: ДАККіМ, 2006. 160 с.
2. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики : монографія / М. О. Кизим, О. М. Тищенко, Ю. Б. Іванов та ін. 2012. 248 с.

3. Фальченко О. О. Конкурентоспроможність як складова економічної безпеки підприємства // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія «Технічний прогрес на ефективність виробництва». 2013. № 67. С. 156–159.

Сінельниченко Олеся, *студентка магістратури НАКККіМ*

МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКИХ РЕСУРСІВ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ

З розширенням масштабів і ускладненням форм спілкування народів, демократизацією системи міжнародних відносин зростає значення міжнародного співробітництва у сфері культури, оскільки воно забезпечує найбільш широку і поглиблену взаємодію між державами і народами. Подолання бар'єрів, створених в ході історичного розвитку, стало нагальною потребою нашого часу. Міжнародні культурні обміни є тими мостами, які з'єднують культури народів світу та культури різних типів цивілізацій, тобто забезпечують єдність світової цивілізації.

В умовах переходу суспільства до сталого розвитку велика увага приділяється розвитку культури окремих регіонів, що розглядається стратегічним фактором економічного та соціального прогресу. Позитивним аспектом цих змін є підвищена увага до збереження і використання культурної спадщини, захисту національних традицій, можливість модернізації об'єктів сфери культури. Важливу роль в охороні культурної спадщини України відіграють заходи держави з виявлення, фіксації та взяття на державний облік пам'яток історії та культури[1].

Завдяки глобальній інтеграції в культурі, економіці, релігії, прикордонним територіям властиві контактність з сусідніми країнами, тому у цьому процесі вони задіяні найбільше і набувають економічного та культурного розквіту. Це позитивно впливає не лише на окремі регіони, а й на країну в цілому, адже сприяє залученню іноземних інвестицій. А також інтенсифікує туристичні обміни та освоєння природної й історико-культурної спадщини прикордонних регіонів сусідніх країн.

Враховуючи, що 19 з 24 регіонів України межують з прикордонними територіями інших країн, існують об'єктивні передумови для постійної міжкультурної співпраці, особливо в галузі туризму. Сприятливі умови географічного розташування України забезпечують взаємовигідну співпрацю протягом всього року, а національне різноманіття відкриває широкі можливості для розвитку таких видів туризму, як історико-культурний, етнічний, гастрономічний, сільський та ін.

Велике зацікавлення етнокультурною спадщиною народу, зумовлене відродженням національно-культурних процесів в Україні, актуалізувало ґрунтовне пізнання всіх аспектів традиційної народної культури та побуту, переосмислення ролі видатних діячів в становленні українців, відкриття нових туристичних маршрутів. Сьогодні у суспільстві посилюється зв'язок з історико-культурними традиціями, кращими надбаннями вітчизняної культури, що призводить до підвищення усвідомлення громадянами себе єдиною державою і нацією. Культура поступово повертає функції соціальної регуляції, суспільної консолідації й духовного самовизначення людини [2].

Серед позитивних тенденцій, які спостерігаються сьогодні в культурному секторі прикордонних регіонів України є збільшення кількості інноваційних культурних проектів та помітне зростання громадських ініціатив в проведенні різноманітних фестивалів, ярмарок, форумів. Не останню роль у цьому процесі відіграють запроваджені міжнародними організаціями, в першу чергу європейськими інституціями, програми та проекти, які мають на меті розвинути місцеве самоврядування. При цьому культурним та міжкультурним відносинам відводиться важливе місце у цьому процесі. Поява нових учасників туристичного ринку, що впроваджують культурні проекти, продукти і послуги, сприяє загальному розвитку та демократизації культурного сектору прикордонних регіонів.

Втім, реалізація національних туристичних проектів та розквіт міжрегіональних туристичних програм в Україні уповільнюється внаслідок недосконалості інституційно-правового забезпечення регіонального розвитку, не ефективного залучення механізму державного партнерства, низького рівня залучення протягом останніх десятиліть інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури; відсутності розвиненої інформаційного забезпечення популяризації туристичних ресурсів України та сучасних інвестиційних проектів розбудови регіональної та національної туристичної мережі,

недосконалості наявної бази даних стосовно потенційних партнерів у виробничій і збутовій діяльності, що звужує можливості залучення туристичних ресурсів.

Розв'язання проблеми налагодження системної взаємодії інституцій, організацій та закладів різного підпорядкування з метою збереження та використання туристичного потенціалу природної й культурної спадщини прикордонних територій, будівництва відповідної туристичної інфраструктури та здійснення інформаційного забезпечення можливе лише програмним методом.

Отже, міжкультурне співробітництво є надважливою галуззю реалізації інтеграційної стратегії і відіграє важливу роль у становленні нової системи взаємодій між Україною та сусідніми країнами. Географічне розташування України, її економіко-ресурсний потенціал, геостратегічні і транзитні переваги, наявність трудових ресурсів та інші фактори національно-культурного і освітнього потенціалу нації – ідеальні складові для здійснення політики туристичного регіонального розвитку через дійовий механізм міжкультурного співробітництва.

Література:

1. Алексєєв Ю., Кравченко Н. Пам'ятки історії і культури в сучасному суспільстві : проблеми охорони, збереження, вивчення і використання // Теоретичні проблеми вітчизняної історії, історіографії та джерелознавства. К. : Конкорд, 1993. С. 97–141.

2. Макарчук С. Трансформація національних духовних цінностей України в умовах державної незалежності // Історія України. 2001. № 9. С. 1–4.

Семенець Вікторія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ФІЛАРМОНІЇ

Сумська обласна філармонія – старовинний особняк, розташований по вул. Петропавлівська, 63. Повітове дворянське зібрання, для якого була побудована ця будівля у 1890-1891 рр., була становою організацією дворян. Їм надавалось право обирати повітового голову дворянства, членів місцевої адміністрації і судових органів [1, 83]. Велика зала Громадського зібрання використовувалась не лише за своїм прямим призначенням – для з'їздів дворян і промисловців, тут також відбувались професійні та аматорські оперні спектаклі, концерти музикантів і вокалістів. За акустикою цей зал був одним з кращих [3, 56].

Приміщення розташоване на території колишнього саду Кондратьєвих – найбільших землевласників у Сумському повіті, до роду яких належав і засновник міста Суми Герасим Кондратьєв [5, 115]. У будинку вдало поєднано офіційну парадність з підкресленою розкішшю оздоблення. На першому поверсі знаходились ресторан, музичний салон та театральний зал, в якому свого часу виступали Федір Шаляпін, Леонід Собінов, артисти Міланської опери, хор Валерія Полянського і Віктора Іконніка, ансамбль Дмитра Покровського, граф Святослав Ріхтер [5, 121].Пам'ятним для шанувальників оперного мистецтва був 1913 рік, коли у виконанні солістів Міланської опери сумчани слухали «Травіату» Д. Верді, «Кармен» Ж. Бізе, «Джоконду» А. Понк'йоллі [3, 61].

Після 1917 року будинок Дворянського зібрання було передано під клуб ім. Т.Г. Шевченка, пізніше – клуб металістів (заводу ім. Фрунзе) [2, 244]. У залі влаштовувались веселі новорічні маскаради, танцювальні вечори, тощо.

У 1939 році з утворенням Сумської області була заснована Сумська обласна філармонія. Концертне обслуговування населення філармонія здійснювала як силами гастролерів, так і власними творчими колективами. З 1945 по 1976 рр. частину приміщень займав Сумський художній музей [1, 143]. У 2007-2008 рр. був зроблений капітальний ремонт й з Троїцького Собору перенесено орган [6].

Сьогодні колектив філармонії налічує більше 150 працівників, в тому числі 107 – творчого артистичного складу. Працюють 19 колективів, в тому числі: лауреат республіканського конкурсу камерний оркестр старовинної та сучасної музики «Ренесанс» під керівництвом заслуженої артистки України Людмили Стичук, ансамбль народної пісні, камерно – інструментальні ансамблі, квінтети, квартети, дуети та інші. 90 % колективів та окремих виконавців є лауреатами міжнародних

конкурсів. Усі працівники і артисти, крім тих, що недавно з'явились в колективі, нагороджені почесними грамотами не тільки керівництва філармонії, а й обласного управління культури і туризму, обласної ради, облдержадміністрації та Міністерства культури України [4, 65].

У філармонії працює 6 заслужених артистів та заслужених працівників культури України. Філармонія вийшла на світовий рівень виконавської майстерності. З нашими колективами працюють відомі музиканти та диригенти з Ізраїлю, США, Німеччини, Польщі, Японії та країн СНД. [4, 105]. Успішно проходять гастролі по області та за її межами. Колективи та окремі виконавці побували в усіх районах області. З успіхом виступали у м. Києві на майдані Незалежності, у м. Курські та Курській області, у м. Полтаві та на Чернігівщині [6].

Без участі артистів філармонії не відбувається жоден захід в області. Культурне життя філармонії різноманітне та відображає весь спектр діяльності закладів сучасної соціокультурної сфери. Концертні програми створені до державних, професійних та релігійних свят, в яких звучать класичні твори українських та світових композиторів та пісні народів світу. Цікавими є концертні програми: «Мова – душа народу», «Історія України в піснях народу», «Рідна мова калинова», «Яблунева, солов'їна в моїм серці Україна», які відображають традиції та звичаї українського народу.

30 вересня кожного року традиційно відкривається концертний сезон дитячої філармонії, артистами якої завжди є талановиті діти, а 1 жовтня кожного року, у Міжнародний день музики, філармонія, як завжди, відкриває концертний сезон, протягом якого відбуваються концерти, що яскраво демонструють творчий потенціал усіх мистецьких колективів та окремих виконавців [6].

З метою пропаганди класичної та популярної музики Сумська обласна філармонія організувала літню «музичну академію», в якій постійно проводяться майстер – класи за участю музикантів філармонії. Традиційно для пільгової категорії глядачів (сиріт, інвалідів, з малозабезпечених та багатодітних сімей, ветеранів війни та праці) відвідування безкоштовне.

Отже, за час свого існування, філармонія перетворилася на провідний обласний заклад культури Сумщини, і на ювілейний 80-й сезону 2018-2019 рр., філармонія втілює в життя інноваційні напрями розвитку української соціокультурної сфери.

Література:

1. Сало І. В. Сумщина: від Київської Русі до сьогодення : нариси. Суми : Козацький вал, 2003. 232 с.
2. Сумщина від давнини до сьогодення : Науковий довідник. Суми : Слобожанщина, 2000. 384 с.: іл.
3. Сумщина в іменах: Альбом ілюстрацій до енциклопедичного довідника / упоряд.: В. Ю. Панасик та ін. Суми : РВО «АС- Медіа», ВД «Фолігрант», 2003. 184 с. :іл.
4. Сумщина. Поступ у третє тисячоліття: Інформаційно-аналітичний довідник / Сумська облдерж-адміністрація. Суми : РВО «АС- Медіа», 2004. 144 с.: іл.
5. Хто є хто на Сумщині: Видатні земляки : довідково- біографічне видання. К., 2005.240 с.
6. Сумська обласна державна адміністрація. URL :http://sm.gov.ua/uk/oda (дата звернення : 12.08.2018).

Сентемон Наталія, *студентка магістратури НАКККМ*

КРЕАТИВНІ ФОРМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Національна культура завжди зберігала націю як єдиний організм з власним світоглядом і цінностями, навіть в період бездержавності. Історія підтверджує, що збереження національної культури − прямий шлях до збереження держави.

Сьогодні, коли Україна переживає одночасні процеси глобалізації та децентралізації, війну на Сході, окупацію Криму − питання збереження матеріальних та нематеріальних проявів традиційної культури, як фундаментальної основи духовності нашого етносу, стає актуальним, як ніколи. Зважаючи на це, Указом Президента України 2018 рік оголошено Роком охорони культурної спадщини [1,1].

Згідно Закону України «Про охорону культурної спадщини» (ст. 1) культурною спадщиною є сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини, зокрема й об'єктів (проявів) нематеріальної культурної спадщини [2, 1].

2003 року ЮНЕСКО була прийнята Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини, де в ст. 2 визначено термін нематеріальної культурної спадщини, як «звичаї, форми показу та вираження, знання та навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремими особами як частина їхньої культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється спільнотами та групами під впливом їхнього оточення, взаємодії з природою та їхньої історії і формує в них почуття самобутності й наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного різноманіття й творчості людини» [3, 1].

Популяризація української культури є однією зі стратегічних цілей Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ, де зазначено: «Сфера культури є найчутливішим показником реалізації прав людини, зокрема таких, як право на ідентичність, національну пам'ять, почуття власної гідності та соціальної злагоди. Саме культура, що заохочує до найрізноманітніших форм творчого самовираження і водночас вивчення та оновлення традицій, сприяє розвитку творчої економіки, інноваційної політики та активній участі громадськості в побудові сучасної та демократичної держави. Саме розвиток культури має стати в центрі державних інтересів, національної політики, національної безпеки. Визнання національної культури у світі, ефективність культурного розвитку залежить від взаємодії та відповідальності державних органів за стан культури, а також від міжнародної співпраці, міжкультурного діалогу» [4, 1].

Українську культуру необхідно популяризувати не тільки за кордоном, а й в Україні. Саме національна культура створює передумови для ідентифікації особистості – процесу ототожнення індивіда з тим або іншим об'єктом, людиною або групою, що відбувається на основі засвоєння властивих ним стандартів, цінностей, соціальних установок, ролей.

Потреба в ідентифікації – одна з базових потреб людини, без якої людська особистість, як соціальний об'єкт, формуватися не може. Позбавлена соціуму з його схемою, системою, цінностями, людина не отримує ніяких орієнтирів і не є здатною функціонувати у спільноті [5, 117].

Отже, з народження людина потрапляє в середовище, яке й формує, зазвичай підсвідомо, її ціннісний ряд, світогляд, з яким людина житиме усе подальше життя. Саме оточення, його культурні стандарти, цінності, традиції формують світогляд людини, її культурну матрицю, яка практично незмінна протягом всього подальшого життя.

Важливість цього питання наше покоління спостерігає наочно. Критичні ситуації в житті країни, нації змушують людину дати відповідь на питання: хто я? І саме від цієї відповіді залежать наступні дії, вчинки індивіда. Наслідки таких дій ми бачимо на Сході, в Криму. Недостатня популяризація української культури, відсутність національного контенту у соціальних, наукових, культурних площинах призвели до ідентифікації громадян України з культурою іншої нації.

Отже, збереження та популяризація об'єктів нематеріальної культурної спадщини в Україні – це прямий шлях до збереження держави, гарантія її безпеки.

Особливої актуалізації набуває креативний підхід в процесах популяризації об'єктів культурної спадщини. Креативність є активно обговорюваною серед українських дослідників, які наголошують на унікальні ролі останньої в розбудові туристичного потенціалу міста [8].

Незважаючи на світові процеси глобалізації, процеси руйнування кордонів і національних традицій, більшість країн та націй докладають значні зусилля та кошти для збереження, розвитку та популяризації своєї культури, оскільки саме національна культура є державотворчим чинником.

Саме культура є першим і основним представником країни за кордоном. Саме культура формує ставлення до країни. Більше того, культура – один з головних аспектів національної безпеки.

В довгостроковій стратегії розвитку української культури (п.6) зазначено: «Активна міжнародна діяльність у сфері культури та через культуру є не просто формою культурної дипломатії, а й важливою передумовою розвитку міжнародного партнерства в різних галузях, зокрема, в політичній та економічній. Координація та системний підхід у промоції українського культурного продукту, інформації та знань про Україну, так само як і зворотний процес – поширення європейських підходів, культурних здобутків і різноманітних форм культурного

виявлення в Україні є важливим завданням Стратегії» [4, 6].

Важливим і суттєвим кроком в досягненні цієї мети став прийнятий 23 березня 2017 року Закон України «Про український культурний фонд», в якому основними завданнями (ст. 3) прописані:

- сприяння збереженню, актуалізації і популяризації національного культурного надбання;
- популяризація української культури та мистецтв, формування позитивного іміджу України у світі [6, 1].

У 2008 році Україна приєдналась до Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини, а 2015 року Міністерство культури представило на громадське обговорення проект закону «Про нематеріальну культурну спадщину». Документ розроблено відповідно до Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію Україна-ЄС. Законопроект складається з 6 розділів та визначає державну політику в сфері нематеріальної культурної спадщини, охорону нематеріальної культурної спадщини та особливості охорони елементів НКС, включених до національного переліку та списків ЮНЕСКО, а також визначає основи міжнародного співробітництва в цій сфері.

Визначено, що охорона нематеріальної культурної спадщини є обов'язком держави [7, 1]. З метою популяризації на міжнародній арені нематеріальної культурної спадщини України та, в окремих випадках, одержання міжнародної допомоги для забезпечення охорони окремих елементів цієї спадщини, держава забезпечує підготовку і представлення своєї спадщини у Репрезентативному списку нематеріальної культурної спадщини людства та Списку нематеріальної культурної спадщини, що потребує термінової охорони, які складає ЮНЕСКО. Подання про включення елементів нематеріальної культурної спадщини України до списків ЮНЕСКО здійснює центральний орган виконавчої влади з питань культури [7, 2].

Отже, об'єкти нематеріальної культурної спадщини займають провідне місце в системі популяризації української культури як в середині країни, так і закордоном.

Література:

1. Урядовий кур'єр : Газета Кабінету Міністрів України. 2018 р. 24. Травня. 1 с.
2. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 08.06.2000 р. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws /show/1805-14 (дата звернення 18.05.2018).
3. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. Міжнародний документ ЮНЕСКО від 17.10.2003. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_d69 (дата звернення 18.05.2018).
4. Про створення довгострокової стратегії розвитку української культури 01.02.2016 – стратегії реформ Розпорядження Кабінет Міністрів України від 01.02.2016. URL : https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/248862610 (дата звернення 18.05.2018).
5. Фромм Е. Мати чи бути? К. : Український письменник, 2010, 117 с.
6. Про український культурний фонд : Закон України від 23.03.2017. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/ show/1976-19 (дата звернення 17.05.2018).
7. Про нематеріальну культурну спадщину: Законопроект Мінкультури презентує. URL: ttps://www.kmu. gov.ua/ua/news/248077113 (дата звернення 18/05/2018).
8. Копієвська О. Р. Креативне місто: від теорії до практики // Креативні індустрії в сучасному культурному просторі : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 26 травня 2016 р. К. : НАКККіМ, 2016. С. 102–104.

***Слободянюк Таїса**, студентка магістратури НАКККіМ*

МУЗИКА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ДИТИНИ

Музика займає особливе місце в мистецтві завдяки її безпосередньому комплексному впливу на людину. Музичне виховання вважається одним із найважливіших аспектів у вихованні дитини, який спрямований на розвиток та формування музичних здібностей, формуванні музичної культури , надихає на музично-естетичну діяльність.

Психолого-педагогічна наука має певний доробок у розкритті нашої теми. Так, загальнотеоретичні проблеми культурного розвитку людини та його естетичної складової висвітлюються в працях Б. Ананьєва, Л. Виготського, О. Бондаренко, О. Леонтьєва, В. Сластьоніна, М. Кагана, А. Канарського, Л. Левчук, В. Донія, Л. Сохань.

У педагогічній теорії і практиці музика завжди визнавалась одним з найсильніших засобів впливу на духовний світ людини і тому широко використовується як інструмент виховання особистості. Мета

написання статті полягає у розкритті особливостей музичного впливу на естетичне виховання підростаючого покоління .

В процесі естетичного виховання підростаючого покоління провідну роль відіграє мистецтво, зокрема музичне – завдяки своїй емоційній насиченості і різноманітності, безпосереднього звертання до внутрішнього світу людини, очікувань, багатства своїх проявів у житті тощо. Звичайно, музику не можна вважати єдиним засобом залучення дитини до надбань духовної культури.

Спілкування з художніми цінностями створюють і інші види мистецтва. Проте саме музика завдяки процесуально-звуковій природі, здатності моделювати емоції і як найактивніше безпосередньо впливати на емоційну сферу людини, її інтелектуальні сторони, розвиток творчих здібностей, створенню ціннісних ідеалів, поведінку людини, отже виховує її.

У науково-педагогічній літературі існує ряд визначень естетичного виховання, кожне з яких акцентує певні аспекти даного явища, при цьому не суперечить іншим. Традиційно естетичне виховання розглядається як система комплексного впливу на людину з боку соціальних інститутів та установ на основі єдиних науково-педагогічних принципів, методів та засад, внаслідок яких у неї виникає світоглядна установка на творчу оцінку дійсності і власного життя в суспільстві як проявів прекрасного і потворного, піднесеного і низького, трагічного й комічного та інших естетичних категорій.

З даного визначення випливає формулювання мети естетичного виховання, яка полягає у формуванні культури людських почуттів, що реалізуються у творчому ставленні індивіда до власної життєдіяльності, у формуванні уміння бачити, відчувати, розуміти, творити красу.

Естетичне виховання вважається дослідниками одним з найважливіших напрямів виховної діяльності, яке покликано «забезпечити різнобічне формування цілісної особистості дитини» – за умови його комплексності, в єдності усіх напрямів та форм.

Ряд дослідників формулюють мету естетичного виховання як цілеспрямоване формування естетичної свідомості (О. Бодіна, А. Комарова). Така спрямованість естетичного виховання аналізується авторами досліджень з різних позицій: естетичного сприймання, потреб, інтересів, поглядів, смаку, ідеалів, ціннісних орієнтацій, що виступають складовими естетичної свідомості і водночас – формами прояву естетичного ставлення до мистецтва та дійсності. І. Джидар'ян, Т. Домбровська, Л. Левчук, В. Лисенкова, Д. Кучерюк, В. Панченко у своїх філософських працях розглядають естетичну свідомість як складову естетосфери особистості. Структуру естетичної свідомості науково обґрунтували у своїх дослідженнях О. Колесникова, В. Лозовий, Н . Чібісова, О. Шила, які вказують на існування суспільної та індивідуальної свідомості. До структури естетичної свідомості Д. Кучерюк, Л. Левчук, О. Оніщенко, В. Панченко відносять: почуття, смак, ідеал. Причому головними вони вважають естетичні почуття, що характеризують рівень соціалізації особистості, її потреби, ціннісні орієнтації. Естетичне виховання - це виховання установок особистості, її ціннісних орієнтирів в естетичній сфері, критеріїв оцінки та принципів ставлення до цінностей.

Узагальнюючи позиції дослідників, які, по суті, не суперечать одна одній, естетичне виховання будемо розуміти як процес взаємодії мистецько-педагогічного впливу на особистість, її самовиховання і дії художньо-естетичного оточення, внаслідок якого в особистості розкривається здатність сприймання, активізується ціннісна позиція щодо мистецтва і дійсності, що виявляється у здатності інтерпретувати мистецькі та реально життєві явища художніми засобами, а також у життєтворчості особистості.

Усі означені позиції проектуються і на музичне виховання як одну із складових художньо-естетичного виховання. У цьому процесі невипадково музика як засіб виховання з давніх часів (конфуціанство, античність, середньовіччя, Ренесанс, Просвітництво та ін.) перебувала в центрі уваги філософів, педагогів, психологів.

Така увага до музичної складової естетичного виховання зумовлюється кількома причинами, а передусім – природою музики, особливостями її впливу на духовний світ особистості.

У науково-педагогічній літературі зустрічаємо визначення музичного виховання як складного діалектичного процесу розвитку художньо-творчих здібностей особистості, здатності до естетичного сприймання і переживання музики. Активність музики, її спроможність

формувати, розкривати в людині здатність сприймання й переживання пов'язана зі здатністю самої музики як мистецтва абстрактного і процесуального безпосередньо втілювати й моделювати емоції, їх перебіг і у такий спосіб захоплювати емоційну сферу.

У педагогічній теорії та практиці музика завжди визнавалась одним з найсильніших засобів впливу на духовний світ людини і тому використовувалась як інструмент його формування. В. Сухомлинський, підтримуючи прогресивні ідеї музичної педагогіки, підкреслював унікальну роль музичного виховання, що естетично забарвлює все духовне життя особистості. Пізнання світу почуттів неможливе без переживання музики: «без музики важко переконати людину, яка вступає в світ, у тому, що людина прекрасна, а це переконання, по суті, є основою емоційної, естетичної, моральної культури»

Отже, можна дійти висновку, що музичне виховання – одна із складових естетичного виховання, що відіграє особливу роль у всебічному розвитку особистості. Завдяки специфічній інтонаційно-процесуальній природі музики як засобу естетичного впливу, музичне виховання позначається не тільки на художній сфері, а й на загальному духовному розвитку особистості, розкриваючи в процесі активних занять музикою такі здібності, як образна уява, пам'ять, творче мислення, фантазія тощо .

Література:

1. Асаф'єв Б. В. Избранные статьи о музыкальном образовании и просвещении. Л., 1973. 89 с.
2. Сухомлинський В. О. О воспитании. М., 1975. 254 с.

Стриженюк Наталія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Відомо, що у організаційно-управлінській діяльності використовують різні види ресурсів: матеріальні, фінансові, інформаційні, інтелектуальні і, на кінець, найважливіший ресурс – люди, які все це створюють, використовують, видозмінюють і, головне – керують всіма процесами.

Фінансові показники не надають повної інформації про усі сфери діяльності підприємства; вони, як правило, не відображають інформацію про проблемні чи позитивні фактори формування на підприємстві рівнів рентабельності, ліквідності, ділової активності тощо. Для цього необхідно володіти нефінансовою інформацією про смаки та уподобання споживачів, кваліфікаційний склад працівників, впровадження інновацій, ефективність діяльності конкурентів, імідж та репутацію підприємства тощо.

Методи побудови системи управління персоналом підприємства включають:

- обстеження (самообстеження, інтерв'ювання, активне спостереження робочого дня, моментні спостереження, анкетування, вивчення документів, функціонально-вартісний аналіз);
- аналіз (системний аналіз, економічний аналіз, декомпозиція, послідовна підстановка, зрівняння, динамічний, структуризації цілей, експертно-аналітичний, нормативний, параметричний, моделювання, функціонально-вартісного аналізу, головних компонент, балансовий, кореляційний і регресійний аналіз, дослідний, матричний);
- формування (системний підхід, аналогій, експертно-аналітичний, параметричний, блоковий, моделювання, функціонально-вартісного аналізу, структуризації цілей, дослідний, творчих нарад, колективного блокноту – «банк» ідей, контрольних питань, морфологічний аналіз);
- обґрунтування (аналогій, зрівнянь, експертно-аналітичний, моделювання фактичного й бажаного становищ досліджуваного об'єкту, розрахунок кількісних та якісних показників оцінки економічної ефективності пропонованих варіантів, функціонально-вартісного аналізу);
- впровадження (вивчення, перепідготовка й підвищення кваліфікації працівників апарату керування, матеріальне й моральне стимулювання нововведень; залучення суспільних організацій, функціонально-вартісного аналізу).

Система управління персоналом є базисом побудови системи управління підприємством (Рис. 1.).

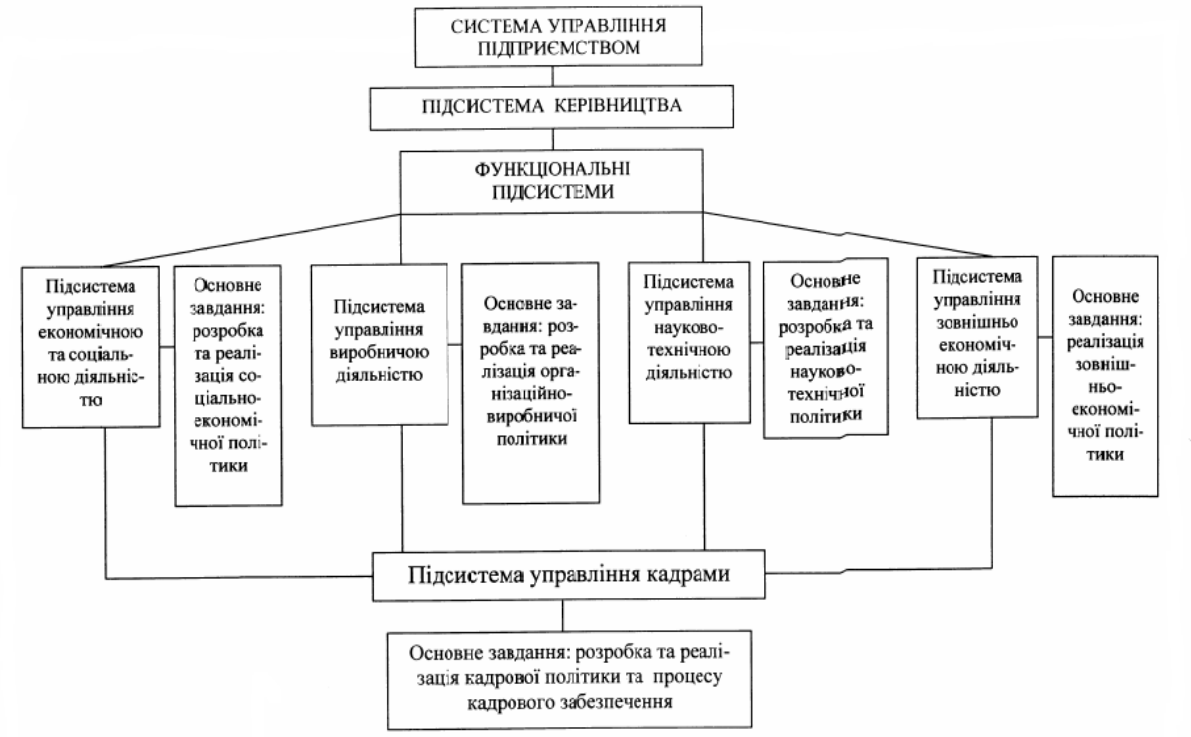


Рис. 1. Місце системи управління персоналом в системі управління підприємством

Систему управління персоналом вміщує не тільки функціональні підрозділи, які займаються роботою з персоналом, але й вище керівництво, а також керівництво функціональних підрозділів, що виконують функції науково-технічного, виробничого, економічного керівництва, управління зовнішніми господарськими зв'язками й персоналом, ось чому її неможливо відокремити від системи управління підприємством. Кожна з підсистем системи управління має головне завдання. Основним завданням підсистеми керівництва системи управління підприємством є розробка та реалізація філософії підприємства, основним завданням функціональних підсистем – розробка та реалізація різних видів політики підприємства. Підсистема управління персоналом, будучи головним елементом системи управління підприємства, розробляє та реалізує кадрову політику підприємства, основою якої є процес кадрового забезпечення.

Система управління персоналом дозволяє підприємству чітко реагувати на події у зовнішньому середовищі, обирати такі варіанти поведінки, які б узгоджували його економічні процеси з вимогами господарського механізму країни. Від злагодженої роботи системи управління персоналом з іншими функціональними підсистемами, грамотної реалізації кадрової політики та процесу кадрового забезпечення залежить успішна діяльність підприємства.

Таким чином, визначено місце системи управління персоналом в системі управління підприємством, подані принципи та методи системи управління персоналом на підприємстві, а також визначена роль кадрового забезпечення в системі управління персоналом.

Література:

2. Гриньова В. М., Зайцева О. Ю. Соціально-економічні аспекти управління персоналом на підприємстві // Економіка розвитку. Харків : ХНЕУ, 2014. Вип. 3 (31). С. 66–70.

3. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства. Харків : ХДЕУ, 2012. 431 с.

4. Єрмошенко М. М. Інформаційні технології у комерційній діяльності // Актуальні проблеми економіки. 2013. № 9. С. 49–58.

Темченко Валерія, *студентка магістратури НАКККіМ*

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Мотивація персоналу – одна з найбільш актуальних тем вже багато років. Кожний роботодавець хотів би знати, де в його працівника кнопка, натиснувши на яку можна отримати високоефективного, ініціативного та лояльного професіонала. Оскільки інструкції з використання та місця знаходження такої кнопки в компанії немає, вона створює свої інструменти з мотивації у вигляді положень, стандартів, регламентів, часто підміняючи поняття мотивації й стимулювання або об'єднуючи їх в єдине ціле.

У загальному розумінні мотивація – це сукупність рушійних сил, що стимулюють людину до виконання визначених дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо або несвідомо робити ті або інші вчинки. Мотивація – це внутрішнє спонукання персоналу до виконання своєї роботи, досягнення виробничих цілей [3].

Стимулювання персоналу – це використання зовнішніх чинників, що змушують працівника працювати ефективно й підвищувати свою результативність. Стимулювання буває позитивним і негативним. Позитивне стимулювання спрямоване на підвищення рівня задоволення потреб працівника і на збереження ним існуючої поведінки; негативне – на блокування існуючої поведінки шляхом зниження рівня задоволення потреб.

Відношення до праці характеризується прагненням (або відсутністю прагнення) людини максимально виявляти свої фізичні та духовні сили, використовувати свій досвід і знання, здібності досягнення визначених кількісних і якісних результатів праці. Воно виявляється в поведінці, мотивації й оцінці праці.

В управлінні, мотивація – це функція керівництва, що полягає у формуванні в працівників стимулів до праці (спонукати їх працювати з повною віддачею), а також у довгостроковому впливі на працівника з метою зміни по заданих параметрах структури його ціннісних орієнтацій та інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвитку на цій основі трудового потенціалу [2].

Сутність теорій мотивації полягає в тому, що людина, усвідомлюючи завдання, що ставляться перед нею, і знаючи ту винагороду, яку вона може одержати за їхнє вирішення, зіставляє це зі своїми потребами, можливостями і здійснює певну діяльність.

Розмаїття поглядів підтверджує, що мотивація – це складний процес, ефективність якого оцінюється за результатами діяльності підприємства.

Основні завдання мотивації:

– формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці;

– навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутрішньофірмового спілкування;

– формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом з використанням сучасних методів мотивації.

Для вирішення цих завдань необхідний аналіз:

– процесу мотивації в організаціях;

– індивідуальної і групової мотивації;

– змін, що відбуваються в мотивації діяльності людини при переході до ринкових відносин.

Мотивація як основна функція менеджменту пов'язана з процесом спонукання себе та інших людей до діяльності шляхом формування мотивів поведінки для досягнення особистих цілей і цілей організації.

Зміст функції мотивації полягає у:

– визначенні потреб персоналу та забезпеченні їх задоволення в організації;

– розробленні систем винагороди за роботу, що виконується;

– застосуванні різноманітних форм оплати праці;

– використання стимулів ефективної взаємодії працівників у колективах і на підприємстві загалом.

За допомогою мотивації керівництво підприємства може вирішувати такі завдання:

– залучення й утримання в організації кращих спеціалістів;

– визнання діяльності працівників, які досягли значних результатів, з метою подальшого стимулювання їх творчої активності;

– демонстрація ставлення керівництва до високих результатів праці;

– популяризація результатів праці кращих працівників;

– застосування різноманітних форм визнання заслуг;

покращення морально-психологічного стану працівників через відповідну форму визнання;

– забезпечення підвищення трудової активності колективу підприємства [1].

Слід зазначити, що теоретичні основи теорії мотивації зазнають суттєвих трансформацій в практичній діяльності підприємств української моделі менеджменту. Парадокс у тому, що розробляючи системи грейдів і бонусів, організовуючи корпоративні свята й тренінги, компанії не можуть відмовитися від негативних стимулів. Крик, прилюдна критика, перехід від робочої ситуації на особистість працівника, а часто й штрафи, які маскуються більш прийнятним терміном «депреміювання», використовують на практиці багато українських компаній [4].

Згідно з дослідженням, проведеним порталом rabota.ua в кінці 2014 р., 52 % учасників на запитання «Чи існує у вас на роботі система штрафів за порушення?» відповіли позитивно. Основні причини штрафів носять дисциплінарний характер: запізнення – 60 % опитаних; прогул – 53 %; поява на роботі в нетверезому стані – 52 %; безпричинна відсутність на роботі понад відведений на це час – 50 %.

Варто наголосити, що згідно із статтею 147 КЗпП за порушення трудової дисципліни до працівників можуть бути застосовані лише два заходи стягнення – догана або звільнення, а стягувати штрафи із заробітної плати заборонено, проте це не зупиняє багатьох українських роботодавців. Вони створюють систему оплати праці із постійною та змінною частиною, і саме остання є предметом штрафних маніпуляцій.

Серед проблем української моделі менеджменту та вітчизняної практики мотивації праці персоналу слід також сказати про те, що у багатьох компаніях все ще зберігається авторитарний стиль управління, який на етапі створення компанії дає можливість швидкого одноосібного управління і не потребує значних матеріальних вкладень. Перефразовуючи Людовика XIV, про такий стиль управління можна сказати: «Компанія – це я!». Керівник вирішує, як і кого покарати або заохотити, ґрунтуючись переважно на особистому ставленні до працівника. Але на етапі зростання такий стиль абсолютно не доречний. Ґрунтуючись на страху, недовірі й контролі, авторитарний стиль управління пригнічує ініціативу та творчий потенціал працівників, тим самим гальмуючи розвиток бізнесу.

Великою проблемою також є відсутність у компаніях системи мотиваційного менеджменту. Уся відповідальність за мотивацію й стимулювання персоналу лягає на HR-спеціалістів. Керівники усуваються від цього процесу, і, виявивши падіння мотивації у своїх підрозділах, звертаються до відділу персоналу з проханням провести тренінг, тімбілдінг або інший корпоративний захід, щоб підняти в підлеглих бойовий дух. Не усвідомлюючи, що проблема – у їх щоденній поведінці та манері спілкування з персоналом [4].

Якими методами добиватися від працівників максимальних результатів без негативних наслідків? Звичайно, немає ні чарівної палички, ні універсальної кнопки, ні єдиної моделі мотивації, які могли б підійти будь-якій організації, Але, як стверджують практики та, зокрема HR-консультант Пересипкіна Наталія, є ефективні елементи управління персоналом, а саме:

- нейтралізуйте демотивуючі фактори: страх, недовіру, привселюдну критику, неповагу;
- навчайте керівників мотиваційному менеджменту;
- повідомляйте працівникам те, що для них важливе. Добре організована інформаційна політика компанії дає можливість працівнику відчути себе її частиною;
- підтримуйте з працівниками зворотний зв’язок щодо виконаних завдань і досягнутих цілей, а також стосовно помилок;
- використовуйте не лише матеріальне, а й словесне заохочення. Похвала нічого не коштує, але при цьому надихає працівника на нові звершення;

- персоналізуйте інструменти мотивації на базі цінностей працівників;
- дайте працівникам можливість брати участь у виборі методів заохочення, тематики й місця корпоративного заходу тощо;
- залучайте працівників до вирішення цікавих і нестандартних завдань;
- допомагайте людям виявити їх сильні сторони і ставте перед ними досяжні цілі, співвідносні з їх можливостями.

Література:

1. Ареф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2008. № 7(85). С. 71–76.

2. Васюта В. Б. Сучасна система трудових показників на підприємстві // Ефективна економіка. 2014. № 12. URL: http:www.economy.nayka.com.ua (дата звернення: 27.07.2018).

3. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва // Ефективна економіка. 2016. № 4. URL : http:www.economy.nayka.com.ua (дата звернення: 07.07.2018).

4. Пересипкіна Н. Мотивація персоналу: чому негативні стимули не працюють // Кадровик України. 2016. №7 URL: https://prohr.rabota.ua/motivatsiya-personalu-chomu-negativni-stimuli-ne-pratsyuyut/ (дата звернення: 20.08.2018).

Ткаченко Наталія, *студентка магістратури НАКККіМ*

УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТАЛЬНОЇ ЛІНІЙКИ TELELOGIC

Виживання організацій у навколишньому середовищі є дуже гострою проблемою в Україні. Організація, як система, незалежно від форми власності, галузі та масштабів діяльності, підпорядковується циклічним законам життєдіяльності. Можливість модифікуватись, переходити на вищі стадії розвитку або ж, навпаки, потрапляти у кризові становища, потребує від організації зміни цілей, стратегій та способів їх реалізації. Вивчення та врахування теоретичних, практичних процесів циклічності розвитку організацій дозволить зацікавленим особам передбачати їх стан у майбутньому, керівникам приймати обґрунтовані управлінські рішення. Важливим та актуальним постає завдання розроблення систем оцінки та управління життєвим циклом організації.

Кожна організація розвивається циклічно, що супроводжується змінами всіх елементів системи організації [1, 105]. Отже, розвиток – це необоротні, направлені, закономірні зміни матерії та свідомості, їх універсальна властивість; у результаті розвитку виникає новий якісний стан об'єкта – його складу і структури. Виділяють прогресивну, висхідну лінію розвитку, та регресивну, спадну лінію розвитку [2, 44].

На нашу думку, розвиток організації відображається в її «життєвому циклі», оскільки стадії розвитку організації – це періоди життя організації в рамках певних ціннісних установок, що фіксують особливості управлінських завдань, що перебувають у центрі уваги керівництва. Таким чином, періоди, в які організація принципово змінює цінності й орієнтації, називають циклами чи фазами розвитку організації [3].

На кожній стадії життєвого циклу організації виникають певні проблеми, тому необхідно визначити стратегії, які можуть обирати підприємства для своєї діяльності.

На етапі входження на ринок у новостворених компаній виникають такі проблеми: 1) управління власним швидким розвитком; 2) захист від конкурентів, які прагнуть скористатися їхнім успіхом; 3) забезпечення сильної конкурентної позиції. Важливою стратегічною проблемою ведення бізнесу на першому етапі є високі ризики і оцінка нових можливостей. Для своєї діяльності підприємства можуть обирати такі стратегії: швидке «зняття вершків з ринку»; швидке проникнення на ринок; повільне проникнення на ринок.

На стадіях розвитку підприємства повинні враховувати динамічність ринку. Сьогодні стрімко змінюються технології, скорочується життєвий цикл товарів, з'являються нові конкуренти, які

здійснюють активні конкурентні дії. Об'єм інформації такий, що її досить складно проаналізувати, тому на стадіях росту компанія повинна навчитися управлінню змінами.

Саме тому вкрай важливо розглянути можливості управління життєвим циклом підприємства. Комплект програмних додатків IBM Rational/Telelogic для підтримки управління життєвим циклом підприємства (ELM, Enterprise Lifecycle Management) дозволить чітко сформулювати і позначити бізнес-цілі компанії, змоделювати, оптимізувати і привести бізнес-процеси компанії у відповідність з її стратегічними цілями, налаштувати процеси розробки (якщо такі є) а також ідентифікувати і пріоритезувати потреби своїх клієнтів, щоб вийти на ринок з продуктом, який максимально задовольняє потреби клієнтів, з мінімальними витратами на його реалізацію, в рамках планованого бюджету і термінів [4].

IBM Rational/Telelogic FocalPoint є найбільш повним на ринку інструментом, що забезпечує підтримку прийняття рішень при управлінні вимогами, управлінні портфелем проектів і виробництвом продукції.

Ця єдина на ринку Web-система підтримки прийняття рішень дає можливість будь-якої компанії чітко і однозначно ідентифікувати свій кращий продукт серед безлічі інших, підібрати найбільш привабливий портфель проектів, керувати і контролювати виробництво продукції з урахуванням поставлених бізнес-цілей, потреб клієнтів, бюджетних обмежень, доступних ресурсів і запланованих релізів.

Багатий набір можливостей IBM Rational/Telelogic FocalPoint для поліпшення процесу прийняття рішень включає:

- управління та оптимізацію портфеля проектів;
- підтримку рішень при управлінні виробництвом продукції;
- оцінку ризиків та управління ними;
- управління потребами клієнтів;
- роботу з конкурентною інформацією;
- методи розстановки пріоритетів для ідентифікації стратегічного напрямку розвитку продукту;
- наочне представлення інформації (візуалізацію).

Поєднуючи унікальні можливості аналізу сценаріїв «що якщо …» і методику візуалізації, цей програмний додаток значно підвищує ефективність виробництва і дозволяє уникнути проблем, пов'язаних з неправильною постановкою процесу прийняття рішення в рамках управління продукцією.

Використовуючи IBM Rational/Telelogic FocalPoint, менеджери щодо продукту зможуть:

- зібрати з різних джерел та сконцентрувати в єдиному репозиторії всю ту інформацію, яку необхідно враховувати для прийняття об'єктивного і виваженого рішення щодо подальшого розвитку продукту;
- скористатися вбудованим механізмом для визначення пріоритетів характеристик (функціоналу, параметрів, критерії) продукту, щоб виділити найбільш значимі з них;
- візуалізувати інформацію, щоб полегшити і спростити процес прийняття рішення (наприклад, скористатися діаграмою Ганта, щоб визначити, які з вимог варто почати реалізовувати в першу чергу, оскільки їх значимість велика, вартість розробки і ризики – невеликі);
- скористатися можливостями сценарію «що якщо» і визначити, реалізація яких характеристик продукту буде найбільш ефективною для компанії;
- створити план випуску релізів, виділити і розподілити необхідні ресурси;
- приступити до реалізації, щоб випустити потрібний продукт з потрібними характеристиками і в потрібне час.

Очевидно, що такий підхід забезпечить підвищення ефективності процесу прийняття рішень і досягнення консенсусу, скоротить проектні витрати на 50 % і забезпечить прибутковість проектів до 80 %.

Література:

1. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. К. : КНЕУ, 2001. 580 с.

2. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту: підручник. К. : Академвидав, 2003. 416 с.

3. Управління життєвим циклом компанії. URL: http://open.kmbs.ua/ua/articles/13398/temp (дата звернення: 27.08.2018).

4. Управління життєвим циклом підприємства з використанням інструментальної лінійки. URL: http://easy-code.com.ua/2012/08/upravlinnya-zhittyevim-ciklom-pidpriyemstva-z-vikoristannyam-instrumentalno%D1%97-linijki-telelogic-chastina-2-ibm-rational-telelogic-focalpoint-komerciya-rizne-statti/ (дата звернення: 07.09.2018).

Токовенко Маргарита, *студентка магістратури НАКККіМ*

МИСТЕЦЬКІ ФЕСТИВАЛІ ЯК СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Латинські поняття «feast» та «festival» спочатку були тотожними і означали буквально «свято». З часом «feast» закріпилося за релігійними святами, а «festival» набуло сучасного значення, зберігши обов'язковий елемент святковості та урочистості.

Проте нині поняття про фестиваль як масове свято, яке демонструє досягнення в галузі музики, театру, кіно, естради, концентруючись на мистецькій складовій, не охоплює всієї різноманітності сучасних фестивалів [1].

Історичні витоки сучасних фестивалів простежуються від самого зародження людської культури, у ритуальних та обрядових дійствах, святкових релігійних церемоніях, містеріях, карнавалах. З поступовим розділенням церковного та світського життя фестивалі наблизились до їх сучасного розуміння.

Перші музичні фестивалі виникли в Англії у 18 ст. і були присвячені церковній музиці. З того часу фестивалі проводились у багатьох країнах центральної Європи, переважно в Німеччині. Але особливого розповсюдження вони набули в XX столітті, починаючи з 40-х років.

Активізація фестивального руху в Україні почалася приблизно із здобуттям незалежності. Наприклад «Київ Музик Фест», що пройшов у 1990 р., вперше презентував українську музику як самостійне явище, вільне від панівних у ті часи ідеологічних настанов, а також відчинив двері композиторам української діаспори. Його концепцією стала презентація української музики у світовому контексті. У рамках фестивалю були започатковані творчі зустрічі, майстер-класи, круглі столи, лекції та семінари, що стали обов'язковими атрибутами у фестивальному житті. Поруч із Києвом як найбільшим культурним центром країни у фестивальному русі постали Львів (з 1995 р. фестиваль сучасної музики «Контрасти»); Одеса (фестиваль «Два дні і дві ночі нової музики»); Харків («Харківські асамблеї») [3].

У свою чергу, здобуття незалежності сприяло розширенню міжнародних контактів та принесенню закордонного досвіду проведення фестивалів до України. Разом з тим розширюється аудиторія фестивалів: окрім фестивалів класичної музики виникають розраховані на більш масову аудиторію – фестивалі-конкурси естрадного мистецтва («Червона рута», «Таврійські ігри», «Перлини сезону»). Вони розширюють свою тематику, включаючи в неї, окрім музики, конкурси молодих театрів, художників, журналістів-початківців, гумор і сатиру. Г. Хрома наголошує, що «в атмосфері масового свята проходить процес соціалізації особистості (який починається інстинктивно й проходить стихійно), що впливає на формування смаків (музичних, естетичних і т. д.), допомагає прищепити та «закріпити» моральні цінності» [4].

Суб'єктами створення фестивалю виступають організатори, учасники презентаційної частини та глядацька аудиторія. Організатори є рушійною силою процесу, ставлячи певну мету проведення заходу. Великі міжнародні фестивалі, розраховані на представників різних вікових, етнічних, професійних груп, мають особливе значення в комунікаційному контексті, зокрема сприяють розвитку толерантності та знищенню стереотипів [4].

Метою Міжнародного фестивалю постає – зміцнення миру й дружби між державами, сприяння взаєморозумінню та взаємозбагаченню в галузі народного мистецтва та культури, розвиток аматорського мистецтва та збереження фольклорної спадщини.

Завданнями Міжнародного фестивалю є: розвиток культури й культурних традицій народів різних країн; пропаганда народного мистецтва, звичаєвої та традиційної культури, фольклорних скарбів; ознайомлення зарубіжних колективів країн-учасниць фестивалю з українською культурою,

фольклорною спадщиною українського народу; обмін досвідом роботи колективів налагодження творчих та наукових контактів на взаємовигідних умовах; пропаганда культурних набутків української діаспори, зміцнення культурних зв'язків з українцями зарубіжних країн [2].

Отже, фестивалі в значній мірі сприяють творчому спілкуванню в будь-яких проявах – від суперництва до співробітництва. За влучним висловом Г. Хромої, «кожен фестиваль є потужним каталізатором креативного процесу» [4]. Висловлюються нові ідеї, створюються нові спільні проекти, учасники фестивалів отримують можливість підвищити власний професійний рівень і просто заявити про себе в межах зацікавленої аудиторії.

Література:

1. Давидовський К. Ю. Соціокультурні виміри міжнародного фестивального руху: за результатами IV міжнародного музичного фестивалю «Віртуози планети» // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. праць. 2011. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Api/2011_26/33.pdf (дата звернення: 08.09.2018).
2. Про затвердження Порядку організації і проведення в Україні Міжнародних фестивалів народної творчості. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0629-98 (дата звернення: 08.09.2018).
3. Сікорська І. Здобутки та проблеми музичного життя України 90-х рр. XX ст. // Матеріали до українського мистецтвознавства : зб. наук. праць. 2003. URL: http://etno.kyiv.uar.net/vyd/matmyst/2003/N3.htm (дата звернення: 08.09.2018).
4. Хрома Г. Деякі особливості сучасних молодіжних фестивалів // Мат. до укр.. мистецтвозн. : зб. наук. праць. 2003. URL : http://etno.kyiv.uar.net/vyd/matmyst/2003/N3/Art40.htm (дата звернення: 28.08.2018).

Філанчук Максим, *студент магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН МІСТА: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

Сьогодення актуалізувало питання щодо розвитку українських міст, створення їх унікального культурного бренду та максимальної популяризації як на глобальному так і на локальному рівнях.

Як наголошують вітчизняні науковці, саме «визнання певного міста центром культурного життя регіону, країни передбачає залучення уваги як туристів, так і світової громадськості до його культурно-історичної спадщини, сучасних тенденцій культурного розвитку та буття визначеної території» [1, 115]

Глобальність даного питання визначається активним обговоренням останнього на серед світового зацікавленого товариства. Так, глобальний звіт про вплив культури на сталий розвиток міст опублікований ЮНЕСКО, наголошує на унікальній ролі і значенні міста в системі економічного, соціокультурного розвитку країни. Автори звіту наголошують, що саме культура в епоху глобалізації та інтенсивного зростання міст може бути одним з інструментів зниження бідності і зростання стійкості до зовнішніх впливів. Заходи по залученню до соціального життя і визнанням культурного самосвідомості є важливими на шляху до сталого розвитку міст [2].

Серед експертів обговорюються питання щодо трансформації класичного міста, в креативній, сучасний культурний простір. Визначаючи класичне місто – як територію масового поселення людей, які не займаються сільським господарством, як ієрархічно вибудуваний структурований простір для якого характерні соціальні відносини, які виникають в місті, експерти наголошують на її культурній складовій, яка на думку останніх відіграє в трансформації міста важливу і вагому роль. [3].

Так, у Всесвітній доповіді ЮНЕСКО «Культура: майбутнє міст» зазначається, що саме культура здатна зробити наші міста більш процвітаючими, безпечними для глобальних урбаністичних процесів. Вчені наголошують, що негативних тенденціях щодо темпів урбанізації Спостерігаються тенденції вказують на те, що масштаб і темпи урбанізації. Так, на думку вченого товариства до 2030 року в світі буде 41 мегаполіс з населенням щонайменше 10 мільйонів чоловік кожен, що в свою чергу призведе до зростання безробіття, соціальної нерівності, дискримінації та насильства. У доповіді «Культура: майбутнє міст» наводяться переконливі аргументи на користь повної інтеграції питань культури в міське планування для забезпечення стійкого розвитку, а також більш високої якості життя жителів міста [4].

Культурній потенціал міста в його сучасному розумінні пов'язують з креативним розвитком. За рахунок останніх генерується як економічна складова міста , так і соціокультурна. Іншими словами, креативний розвиток підвищує різнобічну життєдіяльність міста, розбудовує його культурний ландшафт і архітектоніку.

Досліджуючи феномен культурного ландшафту, О. Копієвська наголошує на важливості його розвитку з точки зору емоційного забарвлення. На думку вченої «загальним в культурному ландшафті і культурної архітектоніці виступає культурне враження від сприйняття як окремо взятих предметів і об'єктів культури, так і від культурних послуг, звичаїв і традицій. Саме через цілісність зовнішнього культурного образу культурний ландшафт і архітектоніка висловлюють глибину культурного простору, культурну ідею, якою просякнута конкретна адміністративно-територіальна одиниця» [5, 20].

Таким чином, нам слід констатувати що культура міста є беззаперечним важелем розвитку сучасного міста. Культурне планування і визначення перспектив розвитку культури міста призведе до її економічного, соціального і культурного розвитку і дозволить вберегти місто від глобальних небезпек.

Для забезпечення і розвитку культури міста необхідно стратегічно впровадити роль і значення останньої в усіх сфери життєдіяльності міста. Іншими словами, культура має стати в основі як благоустрою, так соціокультурного дихання міста. Саме від вдалого стратегічного планування і в подальшого його впровадження і реалізації залежить якість міського середовища, що є важливим показником в процесі сталого розвитку міста. Культурним містам необхідна інтегрована політика, яка б враховувала інтереси всіх зацікавлених в розвитку міста, його популяризації суб'єктів, від жителя міста до керуючої містом ланки.

Тому нами вбачається актуальним запровадження ефективного вивчення культури міста, його потенціалу ресурсу, резерву і перспектив. Забезпечення останнього можливо тільки за умови партнерських відноси між різноманітними владними і громадянськими інституціями.

Література:

1. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ : НАКККіМ, 2014. 296 с.
2. International Conference on Culture for Sustainable Cities - Unesco. URL: http://www.unesco.org/culture/culture-for-sustainable-urban-development/ (дата обращения : 12.05.2017).
3. Город как культурный феномен. URL: https: //snob.ru/selected/entry/104102 (дата обращения : 12.05.2017).
4. Культура наделяет города социальным и экономическим влиянием. URL: http://www.unesco.org/new/ru /media-services/singleview/news/culture_gives_cities_social_and_economic_power_shows_unesco/ (дата обращения: 12.05.2017).
5. Копиевская О. Р. Формы бытия культурного ландшафта // Весник Санкт-Петербуржского государственного университета культуры и исскуств. 2014. № 1(18). С. 18–22.

Фещук Алла, *студентка магістратури НАКККіМ*

КУЛЬТУРОТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЦЬКОГО ОБЛАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО АКАДЕМІЧНОГО МУЗИЧНО-ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ ІМ. М. К. САДОВСЬКОГО

Сучасний культурний простір України потребує активного вивчення трансформаційних процесів які відбуваються в закладах культури. Останнє викликано швидкоплинними змінами культуроворчих процесів в загальні картині світу, на чому і наголошують українські науковці [4].

Наш науковий інтерес викликає унікальний храм мистецтв, а саме – театр. Об'єктом дослідження виступає Вінницький обласний український академічний музично-драматичний театр ім. М.Садовського, історична ретроспектива якого починається з 1910 року.

До революції на сцені театру виступали виключно заїжджі актори. Стаціонарний український театр було створено лише у 1920 році Гнатом Юрою, який працював тут до 1923 року (нині це Національний академічний драматичний театр ім. І.Франка).

У Вінниці почали свою трудову діяльність такі видатні майстри, як Амвросій Бучма, Олексій Ватуля, Володимир Сокирко, Феодосія Барвінська. Працював тут і молодий Юрій Смолич, який

згодом описав цей важкий період становлення акторського колективу в повісті «Театр невідомого актора». Тут гастролювали театри «Березіль», ім. М.Заньковецької, Московський театр драми під керівництвом В.Мейєрхольда, обласні українські театри, пересувні робітничо-селянські театри.

Видатні служителі Мельпомени Наталя Ужвій, Юрій Шумський, Ігор Ільїнський, Михайло Царьов, Ваграм Папазян, Зоя Гайдай, Леонід Собінов дарували своє мистецтво вінничанам. У 1924 та 1926 роках у приміщенні театру виступав російський поет 20 століття Володимир Маяковський.

У 1929 році міські керівні органи Вінниці знову порушили питання про створення власного стаціонарного театру.

17 жовтня 1933 року відкрився перший сезон Вінницького обласного театру опери та балету оперою Д.Верді «Аїда». Художнє керівництво очолив учень М.Садовського, відомий актор і режисер С.Бутовський. Репертуар театру збагачувався і постійно оновлювався: «Фауст», «Євгеній Онєгін», «Пікова дама», «Тихий Дон», «Піднята цілина», тощо.

У 1940 році постановою Раднаркому України Вінницький театр опери та балету реорганізували в український обласний музично-драматичний театр. І на сцені з'явилися нові вистави: «Запорожець за Дунаєм» (комічна опера, яка живе і сьогодні), «Енеїда», «Наталка Полтавка», «В степах України», «Маруся Богуславка», тощо.

Після звільнення Вінниці від німецько-фашистських загарбників (березень 1944 року) театр працював у колишньому клубі промкооперації, зала якого була розрахована тільки на 320 місць. Директором призначено Ф.Верещагіна. Наприкінці квітня було показано невмирущу «Наталку Полтавку» М.Лисенка.

Новий сезон 1944-1945 роки театр відкрив виставою «Платон Кречет» у постановці режисера Д.Бондаренка, який до 1948 року був художнім керівником театру.

У 1957 році після успішних гастролей у Москві театру присвоєно ім'я корифея української сцени М.К.Садовського.

Втілення на сцені театру кожної з таких п'єс, як «Ревізор» М.Гоголя, «Ліс» О.Островського, «Живий труп» Л.Толстого, «Гайдамаки» Т.Шевченка, «Слава Чалий» І.Тобілевича, «Емілія Галотті» Г.Лессінга, «Кавказьке крейдяне коло» Б.Брехта ставало для всього колективу екзаменом на творчу зрілість.

Серед музичних вистав театру – опери, музичні комедії, оперети. Значне місце в репертуарі займали п'єси М.Зарудного (більше 20), творчий шлях якого починався у нашому театрі. У тісній співдружності колектив працював із відомим письменником І.Стаднюком, драматургом Я.Стельмахом.

На всіх етапах розвитку театру митців приваблювали твори, спрямовані пристрасної уваги до Людини, направлені на розкриття значних соціальних і моральних проблем сучасності.

За творчі досягнення і значний внесок у справу культурного обслуговування громадян театр було нагороджено Почесними грамотами Верховної Ради України, Ради Міністрів України, Почесними грамотами Президій Верховних Рад Азербайджану, Молдови, Кабардино-Балкарської, Марійської, Чечено-Інгушської автономних республік, тощо.

До цікавих творчих здобутків театральної скарбниці належать вистави за творами Шолом-Алейхема «Поминальна молитва», Г.Квітки-Основ'яненка «Шельменко-денщик», І.Стаднюка «Війна», М.Булгакова «Життя за смерть пана де Мольєра», Є.Скарпети «Дім божевільних», Р.Откаленка «Здрастуйте, наші татусі!», Ч.Айтматова «Плаха», М.Старицького за М.Гоголем «Різдвяна ніч», О.Островського «Без вини винні», Лесі Українки «Камінний господар», Б.Лепкого «Мазепа», Ліни Костенко «Маруся Чурай», С.Цанєва «Друга смерть Жанни д'Арк», І.Карпенка-Карого «Гроші», Я.Стельмах «Кохання в стилі бароко», М. Гоголя «Ревізор», А.Чехова «Дядя Ваня», Д.Псафаса «Потрібен брехун», І.Франка «Украдене щастя», Л.Українки «Лісова пісня», Бомарше «Шалений день, або Одруження Фігаро», В. Селезньова «Осіння мелодія», М.Гершензона «Хелемські мудреці», К.Кізі «Політ над гніздом зозулі».

Адміністрація, художнє керівництво Вінницького обласного українського академічного музично-драматичного театру ім. М.Садовського, керуючись в своїй діяльності Законами України «Про культуру», «Про театри і театральну справу», іншими нормативними документами, зусилля колективу спрямовували на вирішення питань, пов`язаних з постановкою нових вистав,

обслуговуванням глядача, зміцненням матеріально-технічної бази, з вирішенням багатьох як творчих, так і фінансово-господарських завдань.

Основні фінансово-економічні показники роботи колективу театру за 2017 рік виконані.

Так, в 2017 році зіграно 300 вистав, в тому числі 13 благодійних. За звітний період театр відвідало 102,2 тис. глядачів, в тому числі 22,3 тис. чоловік на благодійній основі.

Проведено 2 вистави для учасників АТО, на яких побувало більше 3 тис. чоловік учасників АТО та їхніх сімей.

Доходи від продажу квитків та інших платних послуг складають 2 млн. 914 тис. грн., що становить 121 %, або на 356 тис. гривень більше, ніж в 2016 році.

Брали участь у чотирьох Всеукраїнських театральних фестивалях: «Вересневі самоцвіти» у м. Кропивницькому, Інтенет-фестивалі до 140-річчя від дня народження М. Куліша, Всеукраїнському фестивалі-конкурсі «ART-UKRAINE», фестивалі у м. Києві «Андріївський-фест».

Гастролі та участь в театральних фестивалях показали, що колектив Вінницького театру ім. М. Садовського володіє достатнім творчим потенціалом, має високий професійний рівень і відповідає статусу «академічний».

Кадри. На сьогодні у Вінницькому театрі працює 151 чол. (142 основних працівника та 9 сумісників), серед яких:

- Народних артистів України – 4 чол.
- Заслужених артистів України – 12 чол.
- Заслужений діяч мистецтв України – 1 чол.
- Заслужений працівник культури України – 2 чол.

Середній вік колективу театру складає 43 роки.

Весь художній та артистичний персонал театру переведено на контрактну форму трудових відносин. Всього 78 чоловік.

Вінницький театр у 2017 році запровадив електронний продаж квитків.

Проблеми, недоліки, упущення – вони мають місце, однак на сьогодні основне завдання колективу театру полягає в тому, щоб в умовах реформування театральної справи, системно організовувати роботу таким чином, щоб вміло поєднати творчі здобутки з господарськими, економічними та фінансовими.

Певної корекції потребують цінова політика на квитки і надання платних послуг, підвищення художнього рівня окремих вистав та культура обслуговування глядача.

Нових підходів потребує робота по організації дорослого глядача – вона на сьогодні потребує інновацій і налагодження системної роботи, в т.ч. більш оперативної і якісної реклами.

Не повною мірою як через об'єктивні, так і суб`єктивні причини, вирішується проблема обслуговування сільського глядача.

Достатній творчий потенціал колективу театру, його традиції, увага з боку владних структур, меценатів, спонсорів, просто друзів театру, театральної громадськості, дозволяє з оптимізмом дивитися у майбутнє, і ті проблеми і завдання, що стоять перед колективом театру, будуть успішно вирішені.

Література:

1. Вінниччина в роки Великої Вітчизняної війни: біль втрат і велич подвигів : альбом / К. Висоцька, С. Гареник, П. Мельник та [ін]; ред. С. Немик; Вінницька обл. держ. адм., Вінницький обл. Краєзнавчий музей. Вінниця; Кіровоград : імекс-ЛТД, 2013. 11 с.

2. Сторінка театру. URL: http://teatr.vn.ua/ (дата звернення: 23.08.2018).

3. За матеріалами сайту RestPlace. URL: http://restplace.com.ua/ru/entertainment/vinnickiy-akademicheskiy-muzykalno-dramaticheskiy-teatr-im-nk-sadovskogo (дата звернення: 23.08.2018).

4. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: монографія. Київ: НАКККіМ, 2014. 296 с.

Фролова Юлія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОСНОВНІ ЕФЕКТИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ВЗАЄМОДІЯ КОНТЕНТУ І АКСІОЛОГІЇ, ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Змоделювати свідомість людини, зануреної в потік телевізійного простору, як певну цілісність свідомості, що містить виміри екстероцепції, інтероцепції та пропріоцепції, проблематично, оскільки синестезія є певним перекодуванням інформації: чому людина перемикає певний канал або підсвідомо хоче дивитись саме його. Так, проблема свідомості як носія інформаційного простору є проблемою екзистенційною, естетичною, психологічною, соціологічною.

Методологічні дослідження щодо сучасних проблем комунікативної і політичної культури ТБ містяться в роботах Е. Багірова, Р. Борецького, В. Гояна, В. Іванова, В.Дячук.

В полі зору дослідників перебувають проблеми інформатизації суспільства, захисту українського «телепростору», осмислюється суспільна природа комунікативної культури телебачення, його освітні, виховні, розважальні функції.

Перші ознаки зміни дослідницької стратегії в цій галузі прослідковуються в історичних студіях 60-70 років XX століття. На вибір «комунікативної» проблематики й характер досліджень найбільше вплинули праці Ю. Габермаса, який не лише виклав філософські основи комунікативності, але й подав приклад історичного дослідження на тему структурних перетворень у сфері громадськості, що відбувалися впродовж XX століття. Ця праця була опублікована у 1963 році під назвою «Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство», було присвячено вивченню феномену й категорії «громадянське суспільство» [3]. Аудиторія ЗМІ в цілому є неоднорідною структурою, а багато взаємопов'язаних і пересічних типологічних груп, що відрізняються по цілому ряду показників – соціально-демографічних, соціально-психологічних, особистісних, мотиваційно-споживацьких.

У радянській історіографії, присвяченій проблемам телебачення, є дослідження, які стали раритетними – це роботи Е. Багірова, С. Безклубенка, О. Рохліна, а також пізніші праці Г. Почепцова, які охоплюють величезний діапазон комунікативної культури. Наприклад, враховується модель психології телеглядача і виявляються такі сегменти телеаудиторії, як «любителі розваг», «любителі гострих відчуттів», «орієнтованих на сім'ю і суспільство», «тих хто приймає рішення», «поціновувачі гармонії», «знавці».

На основі таких досліджень вираховується ніша для нового телеканалу чи коректується аудиторія старого – в залежності від іміджу та сприйняття каналів. Долучаючи людину до певних цінностей, ЗМІ втручаються в його внутрішній світ, формують свідомість і культуру.

Зокрема ТВ починає впливати на особистість з моменту фізіологічної готовності до контакту і продовжує на неї впливати впродовж всього його життя (безперервність); ТВ пропонує безліч жанрових інваріацій, комбінацій форм впливу (інваріантність); максимально адаптована до сприйняття робить її привабливою (доступність).

Вплив відбувається на різних рівнях сприйняття: чуттєвому, емоційному, раціональному; воно може бути відкладеним в часі або миттєвим; масованим або непомітним. [3]

Телебачення як засіб впливу на масову думку й досі є найвпливовішим потужним важелем. Не дивлячись на стрімко зростаючу популярність інтернету та соцмереж, саме телебачення в Україні є найпопулярнішим джерелом інформації. Згідно з опитуванням Всеукраїнського соціологічного опитуванню КМІС у лютому 2018 року, абсолютна більшість українців (86%) отримує інформацію про ситуацію в країні та світі від українських телеканалів. На другому місці – українські сайти (27 %), на третьому – соціальні мережі (24 %). При цьому 57 % українців отримують інформацію виняткова з українських телеканалів, тобто з одного джерела. Тобто переважна більшість українців все одно довіряють перш за все телебаченню. В період Президентських та Парламентських виборів збільшується кількість інформаційних каналів. До суто інформаційних загальноукраїнських каналів станом на листопад 2018 належать: ТВі;ZIK; Прямий; ПравдаТУТ; Перший діловий; 5 канал; 24 канал; Рада; NewsOne; 112 Україна; Еспресо TV; Hromadske.tv; NewsNetwork; ЧП.INFO; УНІАН ТБ; НАШ; Обоз TV; 4 канал; 8 канал; ATR. Так розподілили цільову аудиторію виборчі технологи:

Пенсіонери (майже 13,8 млн осіб). Як відомо, вони є найбільш активною і дисциплінованою категорією виборців на яку роблять ставки багато політиків. Робітники (майже 12 млн осіб). Це люди, які працюють на підприємствах і в різних організаціях. Бюджетники (майже 2,8 млн осіб). Серйозний адмінресурс, найбільш слухняний, коли справа доходить до голосування за певного кандидата. Економічно неактивне населення (майже 2,4 млн осіб). Це група людей, яка не бере участі в виробничих процесах в країні, веде своє підсобне господарство або працює «в тіні». Тобто, вже зрозуміло, що результат виборів 2019 буде залежати саме від цих категорій. Виходячи зі статистичних даних, телеканали починають застосовувати нові методи впливу на електоральну думку. Ось деякі з популярних:

Ток-шоу за участю різних політичних сил та новини. Маніпуляція увагою глядача починається з обраних топ-тем дня, формулюванням їх в так звані ліди, озвучених з персоналізованим відношенням популярного телеведучого – лідера думки; до обговорення обраних тем запрошуються представники різних політичних сил , але не з полярною рівністю дебатів , сильніші спікери свідомо затверджуються редакторським колективом. Від ведучого залежить те, за ким останнє слово та правда.

Експерти. Присутні в кожному новинному форматі, розтлумачують новину згідно з вигідною будь-якої політсилі сторони.

Сюжети. В новинних сюжетах кореспондент хоча і не висловлює свою особисту думку, але ж може показати будь-яку картину через опитуваних людей. Висновки події з особистим ставленням нібито більшості також можуть бути показані через висловлювання будь-яких випадкових людей.

Включення. Для посилення важливості теми до ефіру долучають кореспонденти з місця події та подають інформацію у вигідному каналу ракурсі. Опитування. Як відомо, в питанні закладено 99% відповіді. Канали пропонують глядачеві питання для голосування, в які свідомо закладають вигідні для них позиції. Інтерактив. Для залучення глядача в ефір часто пропонують дзвонити і долучатися до обговорення. Задля уникнення проблемних дзвінків існує так звана премодерація (розмова з редактором до ефіру або перевірка за телефонним номером). Перемикання уваги глядача/свідома зміна пріоритетів. Політтехнології впливу. Візуються на перемиканні глядацької уваги. Якщо в країні є тема, до якої «не бажано» привертати увагу, відбувається штучне перемикання до іншої менш значущої події, що створює гучний резонанс і переводить увагу споживача на інший ракурс. Як відомо, гарячі теми можна тримати головними до трьох діб. Фейкові новини. Люди охоче вірять в штучно створені новини, тому що вони доповнюють їх упереджену наявну картину світу. Українець не звик перевіряти першоджерело. Кількість правдивих та фейкових новин у світі рівнозначна.

Аналізуючи діяльність радіо, ТВ, друкованих ЗМІ показали, що при певному впливі на аудиторію можливо викликати одні й ті ж ефекти. У процесі масової комунікації виникають когнітивні, афективні і поведінкові ефекти. Зокрема, Ефект Бартлета описаний Федеріком Бартлетом в книзі «Політична пропаганда». Подібно до того, як в медицині «Отримавши ослаблений вірус якоїсь хвороби і легко поборовши його, людина впевнено протистоїть самій хворобі, так і в сфері пропаганди ослаблений вірус «чужих ідей» допомагає протистояти їм». Люди схильні з підвищеною увагою відноситись до тих, хто вже має суспільне визнання, не важливо, в якій сфері діяльності і якими заслугами він завоював це визнання. Відомість будь-кого може служити певною «приманкою». Частіше за все представники політичної, артистичної еліти, а останнім часом – астрологи, екстрасенси, маги.

Ефект реактансу. Цей ефект описаний Б. Шраммом в середині 1950 р. неодноразово реєструвався й іншими дослідниками. (від іангл. reactance, фр. réactance): Реактивний спротив (психологія) психологічний ефект, коли людина розуміючи, що на неї впливають, реагує протестом.

Ефект перенасичення. Багаторазове повторення викликає цей ефект. (рекламне звернення) зворотня реакція не запам’ятовування, а відразу.

Ефект бумерангу. Відомі випадки коли після описання технології здійснення злочину, спостерігались випадки повторення таких правопорушень.

Ефект гуртування. Виникає в періоди суспільної загрози. Мас-медіа послаблюють критику відносно посадових осіб, намагаються виконувати просту роль посередника між владою і громадою з метою згуртувати людей навколо влади у боротьбі з суспільною загрозою.

Заколисуючий ефект. Цей ефект виникає в результаті дії медіа на емоційну сферу людини. Людина під впливом гарної музики, приємних кольорів, теплого й приємного голосу ведучого починає пасивно сприймати повідомлення. Сполучення тексту, образів, музики й домашньої атмосфери розслаблюють мозок.

Ефект переконання. Пов'язується з формуванням і зміною установок аудиторії, а також трансформацією поведінки під впливом установок, що змінюються. Процес переконання включає три послідовні етапи: 1) слухачі повинні звернути увагу на відповідне медіаповідомлення; 2) вони повинні зрозуміти його зміст; 3) вони повинні погодитися зі змістом повідомлення. Існують різні моделі досягнення ефекту переконання. Зважаючи на викладені особливості медіазасобів і процесу сприймання повідомлень, необхідно визнати, що масова комунікація продукує різного роду життєві «історії», особливо репрезентує світ, де реальність існує у видозміненому вигляді, – вона пропущена через призму бачення професійних комунікантів, а також самих же представників масової аудиторії. Телевізійна, газетна, одне слово, медійна реальність витворюється на основі замішаної на правді – неправді, яку називають міфом. Міф є формою прояву суспільної свідомості і проектується на всі сфери діяльності, через що виникають політичні, економічні, соціальні та інші міфи.

На практиці ЗМК постійно подають інформацію, яка, з одного боку, більшою чи меншою мірою формує громадську думку, з іншого боку, більшою чи меншою мірою, використовується як матеріал для прийняття усвідомлених рішень. В останньому випадку ЗМК через створення певних інформаційних полів у суспільстві і через високу самодостатність громадян, їхню високу політичну і загальну культуру, їхню незалежність і втрату повної й однозначної довіри до ЗМК перетворюються з «учителів», «агітаторів», «пропагандистів», «сугесторів» на центри виробництва й поширення інформації, з якими громадяни перебувають у стосунках «хочу беру інформацію, хочу ні» (на зразок соціологічних служб, прес-центрів). Цей рух ЗМК між двома полюсами відбувається за такими законами. Закон ефективного функціонування ЗМК. Чим більша довіра громадян до ЗМК, тим більшою мірою ЗМК виступає ефективним засобом формування громадської думки. Закон «виживання» ЗМК. Чим менше довіри до ЗМК, тим більшою мірою ЗМК працюють на пошук нових форм, способів викликання довіри до себе з метою забезпечення високого рівня ефективності впливу на громадську думку.

Можна зменшувати масовий вплив на людину через увиразнення її індивідуальних особливостей, вироблення «імунітету» проти масифікації, для чого потрібно підвищувати культуру людини, розвивати здатність швидко аналізувати почуте, критично мислити. Не потрібно вірити комунікантам, необхідно мати власну точку зору. Боротися з масовими впливами в суспільстві можна тільки через медіаосвіту (медіапросвіту) громадян.

Література:

1. Безклубенко С. Д. Відеологія. Основи теорії екранних мистецтв. К. : Альтапрес, 2004. 238 с.
2. Baitleft F. C. Political propoganda. Cambridg, 1940. P. 67–70.
3. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство / [пер. з нім.]. Львів, 2000. 265 с.
4. Герасимова С. А. Телевидение как средство формирования и управления общественным мнением // Управленческое консультирование. 2007. № 2 С. 142–147.
5. Дячук В. П. Специфіка прямого телеефіру: проблеми зображувальних ідентифікацій у телевізійному просторі. К. : Вісник НАКККІМ, 2010. № 4 С. 37–40.
6. Дячук В. П. Комунікативна культура прямого телевізійного ефіру. URL: http://irbinbuv.gov.ua/cgibin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2009/09d (дата звернення: 28.08.2018).

Халілова Ленура, *студентка магістратури НАКККіМ*

СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЖИТТЯ КРИМСЬКИХ ТАТАР НА МАТЕРИКОВІЙ УКРАЇНІ ПІСЛЯ АНЕКСІЇ КРИМСЬКОГО ПІВОСТРОВА

Анексія Криму у 2014 році призвела до соціокультурного шоку серед кримськотатарського населення, а також до вимушеного переселення з «материнської» території. За чотири роки після анексії, за офіційними даними Міністерство закордонних справ України, 20 тисяч кримських татар були змушені покинути Крим через політику залякування з боку російських окупантів.

Корінні народи України тривалий час залишалися поза увагою держави і суспільства. Відсутність сформованого поняття «корінний народ», а також права і можливості механізмів забезпечення даних прав. Окупація та анексія Криму Росією докорінно змінили ставлення держави до проблематики корінних народів України в Криму, зокрема, до статусу кримських татар. Першим нормативно-правовим документом, який на рівні рішення законодавчого органу держави визнав кримськотатарський народ корінним народом, гарантував його право на самовизначення в складі Української держави, стала постанова Верховної Ради України від 20 березня 2014 року «Про Заяву Верховної Ради України щодо гарантії прав кримськотатарського народу у складі Української держави». У документі йдеться: «Україна гарантує збереження та розвиток етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності кримськотатарського народу як корінного народу та всіх національних меншин України». [1]

Після даного гарантійного документу на території України одразу розпочались активні дії інтеграції кримських татар в українське суспільство, які на сьогоднішній день набирають значних обертів.

Політичну відповідальність за стан із забезпеченням прав кримськотатарського народу взяв на себе Президент України Петро Порошенко. 20 серпня 2014 року своїм указом він затвердив посаду Уповноваженого Президента України у справах кримськотатарського народу з метою забезпечення «здійснення Президентом України повноважень щодо додержання конституційних прав кримськотатарського народу як корінного народу України». [2]

Законом України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України», ухвалений 17 березня 2016 року, для мешканців з тимчасово окупованих територій було запроваджено спрощену процедуру отримання документів про середню освіту державного зразка України та вступ до вищих навчальних закладів, якою займаються освітні центри «Крим-Україна».[3] Закон гарантував молоді з Кримського півострова право на здобуття або продовження здобуття певного освітнього рівня на території інших регіонів України за рахунок коштів державного бюджету з наданням місць у гуртожитках на час навчання. У 2017 році до освітніх центрів звернулися вже 1076 кримчан, і за спрощеною процедурою до вищих навчальних закладів вступили 204 молодих людей з Криму. У 2017 році найбільше молодих кримчан вступило до Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського (м.Київ) (67 осіб) та Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана (31 особа).

Культурні проекти щодо розвитку матеріальної і духовної спадщини кримських татар розвиваються позитивно і виходять на новий міжнародний рівень. Зокрема, до Національного переліку нематеріальної культурної спадшини України на початку 2018 року був внесений кримськотатарський орнамент «Орьнек та знання про нього», який є скарбницею духовної складової нації. Спрямований курс на євроінтергацію – завершено роботу над включенням кримськотатарського орнаменту до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО.

Література:

1. Про Заяву Верховної Ради України щодо гарантії прав кримськотатарського народу у складі Української Держави. Постанова Верховної Ради України // Відомості Верховної Ради (ВВР). 2014. № 15. ст. 581. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1140-18

2. Про Уповноваженого Президента України у справах кримськотатарського народу. Указ Президента України. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/656/2014
3. Про внесення змін до статті 7 Закону України "Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України" щодо забезпечення права на здобуття освіти. Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). 2016. № 16. ст. 167. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1038-19

Хоменко Михайло, *студент магістратури НАКККіМ*

АВТОМАТИЗОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Розробка ефективних управлінських рішень потребує застосування сучасних інформаційних технологій, що забезпечують повноту, своєчасність інформаційного відображення процесів, можливість їхнього моделювання, аналізу, прогнозування.

У багатьох випадках процедура розробки управлінського рішення передбачає достатньо великий обсяг роботи менеджерів, автоматизація якої дозволяє не тільки істотно скоротити обсяг працезатрат на підготовку рішення, але й одержати більш якісний «вхідний» матеріал для своєчасного і грамотного прийняття управлінського рішення.

Застосування сучасних комп'ютерних технологій має незаперечні переваги:

- швидкість виконання роботи;
- її висока якість;
- великий обсяг виконуваної роботи завдяки великому об'єму пам'яті;
- конфіденційність інформації;
- раціональний розподіл функцій між користувачем і комп'ютером.

Передумови автоматизації процесів прийняття рішень:

- суттєве збільшення питомої ваги наукоємних галузей;
- інтелектуалізація суспільства за рахунок поліпшення доступу до баз знань;
- поширення «електронної пошти» й інформаційних мереж зв'язку для швидкого обміну інформацією тощо;
- підвищення рівня освіченості суспільства за рахунок персоналізації навчання, розширення системи самоосвіти тощо;
- зміна характеру і змісту праці (посилення творчої складової та збільшення частки висококваліфікованої праці).

Наявність сучасних технологій, прикладних пакетів програмного забезпечення, засобів телекомунікації та офісного обладнання позитивно виливає на якість управлінської роботи. Але слід пам'ятати, що кількість коштів, вкладених в автоматизацію розробки управлінського рішення, не повинна перевищувати можливий доход від упровадження відповідної системи.

Можна виділити три складові системи автоматизації:

- інформаційна (забезпечення користувача необхідними даними);
- модельна (містить аналітичні дані про зв'язки елементів моделі та власне моделі з оточенням);
- експертна (дає дані для формування дедуктивного висновку й експертного аналізу для вибору ефективних варіантів рішення).

Проведені дослідження показали, що до числа основних чинників, які впливають на розробку варіантів оптимальних управлінських рішень та рівень ризику (загрози) в умовах економічної кризи відносяться (табл. 1).

Нині найбільший вплив на розробку оптимальних варіантів управлінських рішень на підприємствах здійснюють економічні чинники (57,5%), практичний досвід власників (керівників) підприємств приймати оптимальні рішення в умовах невизначеності та загроз (23,5%), організаційні (9,2%), соціально-психологічні (8,8%) [1, 24].

Зростання ролі економічних чинників, які впливають на рівень ризиків (загроз), і перш за все

таких, як кредитування, інвестування, оподаткування вимагає від власників (керівників) підприємств пошуку нових підходів до оптимізації управлінських рішень в умовах невизначеності та загроз.

Для вирішення конкретних (комерційних) задач в умовах впливу світової економічної кризи на підприємствах використовуються керовані і некеровані математичні моделі. Перші описують процеси або процедури, характер яких в основному визначився (наприклад, статистичні відомості) і змінити його вже неможливо; другі – процеси або операції, на пробіг чи результати яких можна впливати (наприклад, за допомогою спеціальних впливів, які організуються керівником підприємства). Прикладом некерованих моделей можуть служити всі регресивно-статистичні моделі різних економічних процесів або моделі процесів з суворо регламентованим «правилом поведінки» (наприклад, модель визначення потреби в товарних чи фінансових ресурсах). Серед керованих економіко-математичних моделей важливе місце займають оптиматизаційні математичні моделі. Ці моделі допускають цілеспрямований пошук оптимальних управлінських рішень, тобто рішень, які в тому чи іншому смислі переважають інші [2, 68].

Основними компонентами оптиматизаційних математичних моделей є система обмежень, що фіксує межу допустимих рішень і критерій оптимальності (переваги). Критерієм оптимальності є показник, що фіксує межу переваги альтернатив. Екстремальне його значення фіксує оптимальне рішення. Слід мати на увазі і те, що критерій оптимальності може суттєво впливати на політику управління підприємствами. Конкретний зміст критерію залежить від багатьох факторів, таких як специфіка виробничої (комерційної) операції, її мета, завдання тощо.

Література:

1. Джоббер В. Принципы и факторы маркетинга. Пер. с англ. Москва: Изд-ий дом «Вильямс», 2012. 688 с.
2. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Макроэкономика. Пер. с англ. Москва: Экономика, Дело, 2014. 510 с.

Хрущ Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНО-МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетингова діяльність підприємства представляє собою творчу управлінську діяльність, завдання якої полягає в розвитку ринку товарів, послуг і робочої сили шляхом оцінки потреб споживачів, а також у проведенні практичних заходів для задоволення цих потреб. За допомогою цієї діяльності координуються можливості виробництва і розподіл товарів і послуг, а також визначається, що необхідно зробити, щоб продати товар або послугу кінцевому споживачеві.

Реклама – це будь-яка платна форма неособистої пропозиції товарів і послуг від імені визначеного спонсора, з метою вплинути певним чином на аудиторію. За допомогою реклами формується визначене уявлення покупця про особливості товару чи послуги. Закон України «Про рекламу» визначає, що реклама – це спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується у будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку [1].

Підприємства, які функціонують на основі маркетингу, витрачають чималі зусилля на виявлення нестатків і потреб своїх клієнтів. Вони провадять маркетингові дослідження, щоб дізнатись про вподобання і причини незадоволення споживачів; аналізують скарги клієнтів, їх вимоги, умови гарантій, дані про обслуговування; навчають продавців уважно стежити за потребами клієнтів, які залишаються незадоволеними тощо. В таких підприємствах службовці усіх рівнів постійно підтримують зв´язки з клієнтами, намагаються детально ознайомитися з їх нестатками і потребами.

Якщо потреби мають передекономічне походження, то бажання людей певною мірою залежать від волі та поведінки підприємців (виробників) і навіть можуть бути сформовані ними.

Запити - бажання людини, вартість задоволення яких у більшості випадків вища або нижча за її наявну купівельну спроможність. Попит - бажання з урахуванням наявної купівельної спроможності, тобто забезпечена грошима конкретна потреба в конкретних товарах (послугах), які реалізуються на ринку. Іншими словами, це можливість споживача купити товар або послугу у певний час. Розрізняють попит негативний, відсутній, прихований (латентний), спадний, нерегулярний, повноцінний, надмірний та нераціональний (рис. 1).

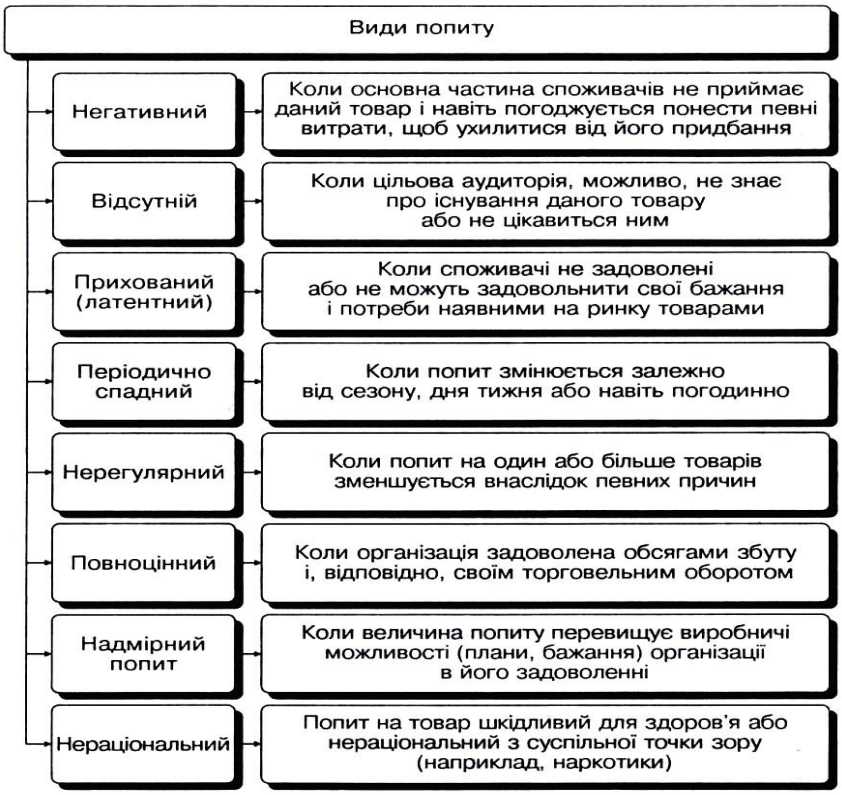


Рис.1. Види попиту на товар [3, 67]

Рекламне звернення має повідомляти дещо важливе і цікаве для споживача, щось виключне, особливе, чого немає в інших товарах. Звернення в рекламі повинно бути правдивим, доказовим і виголошеним доступно, вчасно, щоб привернути увагу покупця і зацікавити його товаром або послугою. Рекламу можна розглядати як форму комунікації, яка покликана перекласти якість товарів та послуг на мову потреб споживачів.

Всупереч поширеній думці реклама є далеко не єдиним "рушієм торгівлі", а лише одним з безлічі. Практика показує, що найбільш значимими факторами, що визначає чи збільшення зменшення збуту якої-небудь продукції, є в першу чергу якість і споживчі властивості самих товарів, їхня ціна, загальна кон'юнктурна обстановка на ринку, дії конкурентів [2, 36].

Реклама вимагає великих грошей, що легко розтратити в пусту, якщо фірма не зуміє точно сформулювати задачу, прийме недостатньо продумані рішення щодо рекламного бюджету, звертання і вибору засобів реклами, не зуміє зробити оцінку результатів рекламної діяльності. Завдяки своїй здатності впливати на спосіб життя реклама залучає до себе і пильна увага громадськості. Постійно підсилюється регулювання покликане гарантувати відповідальний підхід до здійснення рекламної діяльності.

Література:

1. Закон України "Про рекламу". URL: http://www.info-library.com.ua /books-text-9568.html.

2. Вачевський М.В. Суть і принципи маркетингу в діяльності підприємства // Економіка України. 2013. №12. С.34–40

3. Джугенхаймер Д.У. Основи рекламної справи. Самара, 2006. 450 с.

***Цаль-Цалько Маргарита**, аспірантка КНУКіМ*

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

Процес інформаційно-комунікаційного забезпечення євроінтеграції України ставить, окрім іншого, проблему формування культури інформаційного впливу, який є складовою політичної культури.

Поняття «політична культура», в тому числі і в його інформаційному аспекті, досліджувалися в закордонній та вітчизняній науці такими авторами, як: Г.Алмонд, Д.Дівайн, Л.Дітмер, С.Ліпсет, І.Розенбаум, Р.Роуз, В.Андрущенко, В.Бебик, В.Кремень, М.Михальченко, І. Поліщук, М.Шульга ін.

Суб'єкти інформаційного впливу здійснюють його на певному рівні інформаційної культури, котрий може бути умовою успішності, або ж причиною неуспіху діяльності даних суб'єктів.

Культура інформаційного впливу є одним із аспектів загальної культури людської діяльності. Вона ви ступає важливим критерієм оцінки як задумів, так і здійснення конкретної діяльності в інформаційній сфері.

У цьому відношенні культура як знаходиться у взаємодії з поняттям технології, та і об'єктивно протистоїть йому. Адже інформаційний вплив може бути організованим і проведеним успішно з точки зору технології цього процесу і одночасно входити за межі поняття «культура інформаційного впливу», тому що втрачає гуманістичний сенс впливу. Це відбувається у разі використовування таких технологій інформаційного впливу, як маніпуляція, інформаційна диверсія і війна, використання фейків, які спрямовані на введення в оману окремих осіб і груп, використання їх у своїх вузько корисливих інтересах.

Культура інформаційного впливу, навпаки, ґрунтується на таких інформаційних технологіях, які спрямовані на більше інформування аудиторій, більш глибоке розумінням ними сутності порушених питань, на підвищення їх медіа-культури, на кращу орієнтацію в соціальному та інформаційному просторі, на розвиток особистості і групи загалом. Тому критерієм культури інформаційного впливу є використання в його ході інформування та переконання як основних засобів впливу, діалогічний характер взаємодії суб'єкта інформаційного впливу з аудиторією, уміння дохідливо розвінчувати маніпулятивний чи агресивний характер не тільки опонентів, але й відкрито ворожого інформаційного впливу.

Культура інформаційного впливу на окрему особистість чи аудиторію буде тим вищою, чим більшою мірою такий вплив буде ґрунтуватися на загальнолюдських цінностях, засадах етики, національних інтересах країни – на всьому тому, що сприяє розвиткові, розкриттю потенціалів, сутності людини.

Висока культура інформаційного впливу передбачає уміння суб'єктів впливу пов'язати його цілі з інтересами та потребами особистості і групи, чим підвищується ефективність такого впливу і загалом його психологічна обґрунтованість. Тільки той інформаційний вплив, який побудований на точному врахуванні закономірностей і особливостей сприйняття, інтерпретації, оцінки інформації, включення її до свого кола знань, умінь, навичок, переконань буде ефективний з точки зору культури та цінностей.

Чебан Вікторія, *аспірантка КНУКіМ*

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАКТУВАННЯ ЖІНОЧИХ ОБРАЗІВ У СЮЖЕТАХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВІТРАЖІВ ЕПОХИ МОДЕРНУ

Визначення основних тенденцій трактування жіночих образів у сюжетах європейських вітражів епохи модерну є пріоритетним для вивчення завданням європейського мистецтвознавства. Вищезазначена проблема на сьогодні залишається недослідженою. Не існує спеціалізованих видань, які б компетентно висвітлювали тему, надаючи теоретичне підґрунтя для вивчення проблеми. Існують монографії, що надають інформацію про роль жінки в суспільстві, а також ті, що повністю висвітлюють історію вітражів, проте взаємозв'язок між ними не досліджено. Низка публікацій, що досліджують стандарти жіночої краси та тенденції їх зображення в історії мистецтв, проте вони не беруть до уваги вітражі, до того ж, зосереджуються тільки на зовнішніх факторах, не досліджуючи суспільну роль жінки. Доцільно розглянути детальніше історію виникнення даного виду мистецтва, уточнити понятійний апарат дослідження та проаналізувати специфіку тематичних зображень на них.

Словник мистецьких термінів дає таке визначення вітражу: (фр. vitrage, від vitrum – скло) – будь-яка перегородка із фрагментів різнокольорового скла, скріплених свинцевим дротом таким чином, щоб із них складалася образотворча композиція або орнаментальний малюнок [1, 5]. Вітражне мистецтво бере свій початок в далекому минулому. Рубіж XIX-XX століть відомий як період становлення жанру авторського вітражу. Скло перестали використовувати тільки в практичних утилітарних цілях, оскільки воно стало справжнім напрямком творчості при будівництві архітектурних споруд, а в деяких випадках і просто самостійним твором мистецтва – таким чином часто позиціонувались вітражі в Європі. Саме тоді завдяки відкритим технологічним процесам стало можливим вільно змінювати форму скла та втілювати в життя будь-які авторські ідеї.

Мистецтво вітражу в XIX столітті відрізняється появою автора і творця, професіонала та художника, тому цей період відомий як епоха індивідуальностей. Технічна революція зробила свій внесок в розвиток вітражного мистецтва, адже почали з'являтися більш досконалі та складні методи виготовлення вітражів. Релігійна тематика вітражів змінює світську, відображає сучасні течії в мистецтві. Якщо до цього моменту вікна використовувалися головним чином в декорі церкви та монастиря, то тепер стали ставати прикрашати житлові та громадські будівлі. Батьківщиною вітражу стала Франція, а найбільш відомим представником вітражного мистецтва епохи модерн був американський художник і дизайнер Луї Комфор Тіффані, якій відкрив нову сторінку в історії мистецтвознавства. Його новий спосіб з'єднання невеликих кусків скла за допомогою бронзової фольги зробив революцію в галузі виготовлення вітражів. Техніка Тіффані набула поширення у всьому світі для створення вітражів та інших виробів декоративно-прикладного мистецтва з кольорового скла. Тіффані надавав вітражам велике соціальне значення. В епоху, коли багато городян, виглянувши у вікно, бачать перед собою лише глухі кам'яні стіни, вітраж, вважав він, може позбавити свого власника від настільки безрадісного видовища, подарувавши йому замість цього ідеальний світ жіночої краси, квітів, пташок і метеликів. Відтінки, створені за цією технологією широко застосовуються по сьогодні [2].

Саме декоративність, плавність ліній і переходів приваблювало художників, які звертались до стилю «модерн» при створенні своїх творів. Для створення вітражів у різноманітних техніках виконання прототипом стало багато робіт відомого чеського митця Альфонса Мухи. В 1931 році він здійснив величезну роботу з виготовлення вітража для празького собору Св. Віта. Ця композиція вважається рідким зразком мистецтва церковного вітражу в стилі модерн. Свята мучениця Людмила, зображена на панно з платком на шиї, є покровителькою Чехії, а її внук святий Вацлав – розповсюджувачем християнства. Альфонс Муха також проявив свою майстерність як художник і вітражист при оформленні ювелірного торгового будинку Фуке. Картини Альфонса Мухи до сих пір використовують для створення вітражів. Вони знайшли своє застосування в сучасних інтер'єрах будинків [3].

В епоху модерну вітражів вироблялося дуже багато, вони зустрічалися практично в кожному багатому домі. Однак більша частина вітражів в стилі ар нуво не відрізнялася високим рівнем виконання і лише в кращих зразках зберігався традиційний спосіб виробництва, коли використовувалося скло різної форми і розміру. Швейцарець Ежен Грассе, який також працював в Парижі, створював вітражі традиційні за сюжетом, тісно пов'язані з графікою того часу, в яких дівчата, зображені в стилі ар нуво, ніжаться на тлі прекрасних літніх пейзажів. Відомими вітражистами у стилі модерн, які створювали жіночі образи у сюжетах творів мистецтва були також Анрі Кро, Габріель Арш-Руссо, Брати Даум, Еміль Галле, Рене Лалик. Надалі розглянемо детальніше питання, що стосуються особливостей жіночого образу в їх роботах.

Література:

1. Сотська Г., Шмельова Т. Словник мистецьких термінів. Херсон : Стар, 2016. 52 с.
2. Луис Комфорт Тиффани. URL: http://vitrage-tiffany.com.ua/louis_comfort_tiffany.html (дата обращения: 05.11.18).
3. Витражи Альфонса Мухи. URL: http://artultra.ru/vitrazhi/izgotovlenie-vitrazhey/iskusstvo-vitrazha/ izvestnye-vitrazhisty/vitrazhi-alfonsa-muhi/ (дата обращения 10.11.18 р.)

Шелест Віталій, *студент магістратури НАКККіМ*

ФЕСТИВАЛЬ ДЖАЗОВОЇ МУЗИКИ В УКРАЇНСЬКІЙ СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ

Сьогодні люди не відчувають істотних складнощів під час пошуку музики, зокрема джазової. Але так було не завжди: у радянські часи пошук джазової музики був кропіткий і більше був схожий на «квест», який нерідко закінчувався візитом до правоохоронних органів. На вулиці Чеській тоді знаходився магазин «Мелодія», біля якого збирались спекулянти, що торгували «неформатними» записами, і їхніх постійних покупців можна було пізнати по квадратному портфелю розмірами тридцять на тридцять – якраз під платівки. Особливо жваво торгівля йшла на початку вересня, коли до Києва поверталися з канікул іноземні студенти з і привозили недоступні радянському меломану записи. Ще одне місце з платівками знаходилось у старому Ботанічному саду, від цього й отримало назву «джазовий яр». Для багатьох київських шанувальників джазу тоді ці жарти були сміхом крізь сльози: людина, що цікавилась придбанням платівок та відповідної музичної преси, одразу потрапляла на розмову до відповідних органів. А за спробу взяти автограф в іноземного джазового виконавця (які і так нечасто відвідували Україну) можна було запросто вилетіти з інституту чи роботи (як сталося з багатьма після концерту Дюка Еллінгтона у 1971 році), позбавитись військового звання і просто добряче попсувати собі та близьким нерви.

Доходило до абсурду. Коли у 1969 році до Києва приїхав легендарний оркестр Бенні Гудмана, на шпальтах газети «Вечірній Київ» їх звинуватили у шпигунстві: мовляв, музиканти оркестру Філ Вудс та Джеррі Даджен потай брали на Володимирській гірці зразки ґрунту, аби визначити, чи були там підземні заводи із виробництва балістичних ракет. «Джазовим папугою» охрестили у газеті «Сільські вісті» відомого колекціонера джазового вінілу Казимира Коновалова – чи варто казати, що в ті часи такі публікації призводили до неабияких проблем.

Життя людей, які професійно грали джаз, було мало схоже на казку. Знову ж таки, це зараз музичні інструменти є відносно доступними кожному охочому, тоді ж, приміром, саксофон виробництва фірми Selmer коштував як автомобіль. Не дивно, що, приміром, коли у Бориса Людмера з'явився такий інструмент, джазмени ходили до київського цирку, де грав музикант, аби тільки поглянути на таке диво. Взагалі, оркестр київського цирку був одним з небагатьох місць, що давав джазовим музикантам прихисток, постійну роботу і, що важливо, пристойну зарплатню. Останнє взагалі було болючою темою: музикантам, що грали у ресторанах, приміром, у відомому «Лейпцигу», вдавалось пограти у своє задоволення джаз лише у першому

відділенні виступу, коли у закладі ще майже не було відвідувачів. Аби заробити грошей, доводилось грати популярний репертуар. «Для душі» музиканти збирались пограти на Хрещатику у кафетерії із промовистою назвою «Струмок», у київському джаз-клубі (зараз там знаходиться магазин Yamaha), або у залі ресторану «Вар'єте» на тому ж Хрещатику [1].

Сьогодні в українській системі забезпечення культурних потреб людини входять багато заходів націлених на духовний розвиток або задоволення естетичних потреб. Серед таких заходів є різноманітні мистецькі виставки, ярмарки, fashion weeks, музичні фестивалі. Найпопулярнішою та й найпоширенішою сферою я вважаю музичну, тому що вона має безліч напрямів та стилів і кожен може знайти те, що йому подобається. Якщо подивитись перелік найяскравіших подій за версією інтернет-видань, наприклад видання «Гордон», то можна побачити що найяскравішими подіями 2018 року здебільшого є музичні концерти та фестивалі» [2]. Сьогодні джаз є одним з найпопулярніших музичних напрямків в Україні. Саме джаз поєднує в собі дуже велику кількість стилів і завдячує цьому багатій історії. Популярність цього напрямку засвідчує існування Alfa jazz fest (нині Leopolis jazz fest). Він входить в топ-10 найкращих джазових фестивалів Європи по версії авторитетного видання The Guardian[3]. Але це не єдиний український фестиваль, адже існують є ще такі українські фестивалі джазу як: Jazz Bezz, Koktebel jazz festival, Odessa jazz fest, Vinnytsia jazz fest та інші [4].

Як у 2015 році зазначав український інтернет журнал «Музика»: впала невидима стіна, що відмежовувала наш концертний світ від західного. Уявлення іноземних музикантів і промоутерів про криміногенність і цілковиту неплатоспроможність нашого суспільства залишилось у минулому. Нині покійний Джо Завінул в інтерв'ю 2003 року, а рік потому і Джордж Бенсон визнали наше життя не таким уже й небезпечним, порівняно хоча б із чиказьким. Скромне «точкове» спонсорство деяких меценатів (оскільки «чистий», некомерційний джаз майже така ж неприбуткова сфера, як і філармонійна музика) дозволило запрошувати виконавців світового рівня.» В Києві є декілька продюсерських агенцій серед яких лідером вважається «Jazz in Kiev» на чолі з радіожурналістом та джазовим фахівцем Олексієм Коганом, який до речі є арт-директором Alfa Jazz Fest (нині Leopolis jazz fest). Саме в рамках «Jazz in Kiev 2010», а потім і «Alfa Jazz 2017» виступав легендарний Хербі Хенкок, 12-разовий володар премії Grammy [5].

Олексій Коган, в одному інтерв'ю зачепив також і проблеми сьогодення. Однією з найбільш очевидних з них, на його думку, є банальна жадібність, «завдяки» якій в Україні ще й досі немає жодного спеціалізованого закладу джазової освіти (і це в державі, де народилися і працюють сотні талановитих музикантів), навіть більше, в Києві на сьогодні навіть немає жодного виключно джазового клубу (і це при тому, що в Україні щорічно відбувається понад 20 джазових фестивалів різного масштабу). Це навіть не «білі плями», а величезні ганебні прогалини в культурному житті столиці. Той, хто називає причиною цього непотрібність джазу в Україні та непопулярність цієї музики, може впевнитись у протилежному відвідавши один з наймасштабніших джазових фестивалів [6].

Література:

1. Яцина О. Джаз в Україні: відверто про головне // molodi.in.ua, інтернет-журнал для молоді. 2011. URL: http://molodi.in.ua/dzhaz-v-ukrajini-vidverto-pro-holovne/.
2. Найяскравіші культурні події України: куди варто сходити цього року? URL: http://gordonua.com/ukr/publications/sami-jaskravi-kulturni-podiji-ukrajini-kudi-varto-shoditi-v-tsomu-rotsi-228281.html (дата звернення: 08.09.2018).
3. Top 10 jazz festivals in Europe. The Guardian. 2016. URL : https://www.theguardian.com/travel/2016/apr/20/top-10-jazz-festivals-europe-montreux-umbria-cork#img-5 (дата звернення : 08.09.2018).
4. 7 джазових фестивалів в Україні світового масштабу. URL: https://24tv.ua/7_dzhazovih_festivaliv_v_ukrayini_ svitovogo_masshtabu_n810733/amp (дата звернення : 18.09.2018).
5. Джаз в Україні // Український інтернет-журнал "музика". 2015. URL: http://mus.art.co.ua/dzhaz-v-krajini/ (дата звернення : 12.09.2018).
6. Олексій Коган: джаз – це класика XXI століття // BBC News Україна. 2013. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_kogan_interview_rl (дата звернення : 23.08.2018).

Шенол Ангеліна, *студентка магістратури НАКККіМ*

СИСТЕМА ПІДГОТОВКИ ТА НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління людськими ресурсами є складним та багаторівневим процесом. Це зумовлено їх суб'єктивним характером, тобто особистісними характеристиками людей, які не тільки є надто різними, а й такими, що істотно впливають на різні аспекти і ефективність трудової діяльності. Тому одним з головних завдань, які стоять перед будь-яким підприємством, є пошук шляхів покращення продуктивності праці насамперед за допомогою підвищення мотивації працівників. Саме вона впливає на результативність діяльності підприємства та динаміку його розвитку. Відсутність ефективного механізму мотивації до праці на підприємстві призводить до низки проблем, серед яких високий відтік кадрів, та посилення протиріч у відносинах між роботодавцем і робітником. Уже сьогодні виявлені деякі тенденції розвитку системи освіти в Україні, що визначатимуть її функціювання в XXI ст. По-перше, освіта стає багаторівневою та безперервною, а по-друге, – платною. Безперервність освіти зумовлена інформатизацією суспільства, потребою в постійному оновленні знань, технологій та підвищенні кваліфікації. Саме багаторівнева освіта відповідає ідеї її безперервності. З одного боку, вона забезпечує різноманітні освітні потреби особи задля її розвитку та самореалізації, а з другого – її професійну підготовку, яка має стати підставою зміни соціального статусу.

Дослідженням управління персоналом займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: О. В. Волкова, А. П. Єгоршин, А. М. Колот, О. Г. Мельник, Ю. М. Швальб. Науково-методологічними аспектами підготовки та перепідготовки персоналу присвячували свої праці В. Данюк, В. Петюх, О.Я. Кібанов, В. Савченко. Теоретичним та практичним вирішенням проблем оцінювання персоналу займалися П. Друкер, Е.В. Маслов, Т.В. Білорус. Незважаючи на значну кількість наукових праць та досягнень в теорії та практиці організації праці персоналу, значна частина питань потребує вирішення, що є об'єктом постійної наукової дискусії. Сьогодні потрібні нові підходи до організації роботи з персоналом підприємства, використання яких допомогло б оперативно реагувати на зміну внутрішнього та зовнішнього середовищ. Поняття «персонал» немає однозначного підходу. Перше та останнє, з наведених визначень, трактують поняття «персонал» нечітко, розмито, оскільки використовують слово «люди», доцільніше «працівники». Трактування В. Г. Воронкової, А. Г. Беліченко, О. М. Попова, Т. П. Макаровської, І. І. Бажана є конкретним, але занадто стислим, а тому не відображає усієї глибини предмету дослідження. У визначенні О.С. Мельничук суперечливим є питання стосовно того, що персонал – це «сукупність кадрів однієї професійної категорії», адже є не лише технічні робітники, але й юристи, економісти та інші. Пропонуємо трактувати поняття «персонал», як сукупність працівників підприємства з певними динамічними якостями, що сформувалися під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів середовища, для досягнення цілей підприємства. Це визначення нами запропоновано на основі аналізу напрацювань таких вчених: І. І. Бажана, О. В. Крушельницької, О. Ю. Ефремова, І. А. Скопілатова, які вважаємо найкраще висвітлюють це поняття. Нами було виділено, «працівників підприємства з певними динамічними якостями», оскільки вважаємо, що працівник, який прийшов щойно на підприємство має кардинально відрізнятися своїми знаннями та кваліфікацією через певний період часу. На підприємстві повинні працювати ті працівники, які мають групу якостей необхідних для досягнення поставлених завдань. Безперечно, лише незадіяна наявність цих якостей не забезпечить досягнення цілі, тому виникає потреба в безперервному управлінні персоналом. Здебільшого управлінням персоналу розуміють, як «сукупність логічно пов'язаних дій», «діяльність керівного складу» . Однак автори не враховую того, що управління персоналом є однією із умов управління розвитком підприємства. Враховуючи проведене дослідження трактувань, пропонуємо власне бачення поняття, а саме: управління персоналом – це комплексна система заходів спрямованих на підвищення професійно-кваліфікаційного рівня, мотивації, стимулювання персоналу та повне використання його можливостей задля здійснення управління розвитком підприємства. Забезпечення підприємства трудовими ресурсами;

забезпечення злагодженої роботи персоналу; виявлення і застосування потенціалу кожного працівника це, на нашу думку, головна мета управління персоналом. Ефективне управління персоналом і реалізація поставлених цілей залежить від принципів та засобів що застосовуються в управлінні персоналом. Вчений Г.В. Щекін зазначає, що підбір та розміщення персоналу за їхніми діловими, персональними якостями передбачає наступність персоналу на основі системного підбору творчих, енергійних людей, чітке визначення прав обов'язків, відповідальності кожного працюючого, комбінування досвідчених працівників з новими людьми, комбінування довіри з перевіркою виконаних завдань поставлених перед працівником [1].

Науковці Л. В. Балабанова, О. В. Сардак вважають, що система управління персоналом – це комплекс цілей, завдань, основних напрямків діяльності, а також різних видів, методів, відповідного механізму управління, спрямованих на підвищення продуктивності праці та якості роботи [2].

На основі узагальнення теоретичних підходів до визначення понять «персонал», «управління», запропоновано управління персоналом розглядати, як комплексну систему заходів спрямованих на підвищення професійно-кваліфікаційного рівня, мотивації, стимулювання персоналу та повного використання його можливостей задля здійснення управління розвитком підприємства. Науковець О. В. Сидоренко тлумачить поняття «тренінг», як «навчання технологіям дії на основі певної концепції реальності в інтерактивній формі»[3]. Однією з переваг тренінгу є те, що він поєднує в собі теоретичне освоєння теми та практичне застосування навичок протягом короткого проміжку часу (здебільшого два, три дні). Ці навички виявляються достатньо стійкими і ефективними у використанні, тому їхнє використання у роботі забезпечить високі результати. Коучинг − це інструмент особистого і професійного розвитку, формування якого почалося в 70-х роках XX століття. Джерело якого лежить у спортивному тренерстві, когнітивної, позитивної та організаційної психології, уявленні про усвідомлення життя й можливостях постійного й цілеспрямованого розвитку людини [4].

Ротація персоналу є переміщенням працівника з одного підрозділу підприємства в інший, з однієї посади на іншу, іноді аж до повної зміни сфери діяльності. Ротація застосовується для розвитку працівників з багатопрофільними навичками. Цей метод застосовується для працівників із досвідом роботи перед просуванням по службі; підготовки нового персоналу для набуття ним необхідних знань про компанію. Шляхом ротації працівники отримують можливість визначитися зі своєю подальшою кар'єрою [5]. «Електронне навчання» – це дистанційне навчання при якому відбувається самостійне вивчення тем, постійно взаємодіючи з одним або кількома учителями. Навчання в дії передбачає, що процес вирішення реального завдання поставлений перед командою, та із залученням, якщо це можливо, фахівців, не закінчується при вирішенні проблеми. Воно має на меті зробити акцент на навчанні й обміркуванні, та завершується коли всі найменші деталі проекту вичерпані. Курси – це одна з форм прискореної підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації працівників певного вузького фаху. Різниця між курсами та навчанням у вищих навчальних закладах полягає в швидких темпах навчання та освоєння практичних навичок потрібних для вибраного фаху. Зовнішні конференції, семінари − це заплановане обговорення певного напрямку чи проблеми, учасники якого заздалегідь підготовленні до нього. Особа, учасник конференції чи семінару, найбільш продуктивно працює перед заходом ознайомлюючись з ідеєю та проблемою, шукаючи літературу, методи вирішення теми, яка буде обговорюватися. На самій зовнішній конференції чи семінарі учасник висловлює свою думку, веде дискусії ознайомлюючись, таким чином, з думками інших людей.

Отже, концепцію управління персоналом підприємства утворюють виокремлені основні принципи, правила, цілі роботи з персоналом, конкретизовані із врахуванням стратегії підприємства, потенціалу персоналу, а також форми та стилі проведення роботи з персоналом і плани щодо його використання.

Література:

1. Теория и практика управления персоналом : учеб.-практ. пособ. / авт.-сост. Г. В. Щекин. Київ: МАУП, 2013. 280 с.
2. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом. К.: Професіонал, 2006. 512 с.

3. Котовська І., Оксентюк Р., Вовк Ю. Коучинг як новий метод управління // Соціально-економічні проблеми і держава. 2016. Вип. 1 (14). С. 178–184.
4. Сидоренко Е. В. Технологии создания тренинга. От замисла к результату. СПб. : Речь, ООО Сидоренко и Ко, 2007. 336 с.
5. Новікова М. М., Мажник Л. О. Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти : монографія / Харк. нац. акад. міськ. госпва. Харків : ХНАМГ, 2012. 215 с.

Шкляренко Жанна, *аспірантка КНУКіМ*

ПЕРФОРМАНС ЯК ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ

Завдяки теорії мовленнєвих актів Д. Остіна стало відомо, що в мові є два види тверджень: відносні й активні (англ. «performative»). Поняття «перформативність» означає акт, що підтверджується словом, а твердження, що повторює дії – «перформативне твердження». Перформативний спосіб комунікації вимагає щирості, оскільки мовець, описуючи власні дії не може вдавати з себе іншого. Ідея дослідження перформативного мовлення поширилась на вербальну позатекстову комунікацію наповнену семантичним змістом, а поняття «перформативність» поступово набрало соціального значення [3, 191; 5, 38 6].

Теорію перформансу як окремої категорії театральних форм, що увібрала в себе ритуал, шаманізм і різного роду гру тлумачить Р. Шехнер [1]. Її принципи лягли в основу експериментального театру в США, де перформативність стала центром здійснюваної культурної події з можливими в ній варіаціями й неповторністю. Перформансу притаманні прояви через будь-яку публічну естетичну дію-жест: вербальну, фізичну, поведінкову, соціальну тощо. Перформативний мовленнєвий акт, спосіб поведінки чи ритуал є основним способом творення перформансу.

В процесі вивчення «соціальної драми» в неформальному середовищі В. Тернер вводить поняття «Homo Performance» – людини як тварини, що грає сама себе (man the salf perfoming animal). Така поведінка виникає на дозвіллі, поза роботою, її характеристикою є добровільність та фрагментарність. Часто пов'язана з маргінальністю, соціальною критикою, деструктивною поведінкою та радикальним експериментом [6, 173–174].

В моделі джерело>кодування>повідомлення>декодування>перцептор перформанс пришвидшує процес стандартної комунікації шляхом заміщення «кодування» й «повідомлення» та спрощення процесу «декодування» й «сприйняття» завдяки біологічній подібності реципієнта: джерело>пеформанс>перцептор.

Перформанс підпорядковується законам наративу: психологічної правдивості; стилістичної єдності (нище або високе); пріоритетності серйозного (комічне після серйозного); несуперечливості (частини тексту не суперечать один одному); неповторюваності.

Перформер використовує синергію місця, часу, контексту, оскільки пеформанс тяжіє до комунікативної (генерувальної) інтенції комунікативності на відміну від інформаційної театральної форми (пасивного сприйняття). Але центром у послідовності перцепції стає поняття релевантності для кожного окремого індивіда, що залежить від домінантного каналу сприйняття: вербального (часовий вимір), візуального (просторовий вимір) й перформансного (вбирає перші два).

Ф. Ніцше доводить те, що провідний канал сприйняття у приматів візуальний у свій спосіб: «люди спокійно брешуть ротом, але пика, яку вони кривлять, все ж говорить правду» [4, 303]. Невербальну сферу ми в змозі контролювати менше ніж вербальну (тобто голосову, пов'язану з інтонацією і тембром, а не текстову, оскільки текстом є будь-який набір ситуацій, в яких може не бути жодного слова) [2].

Комунікативний простір структурується первинними й вторинними процесами. Має успіх лиш той комунікативний процес, що продовжується у вторинних процесах, тобто переказується як того вартий. Перформанс краще сприймається й запам'ятовується, автоматично використовуючи особливості каналів комунікації, тому використовується нейролінгвістичним програмуванням.

Отже, перформанс є багаторівневою формою комунікації, що є власне текстом, який підпорядковується законам наративу. Перформанс є синкретичною формою комунікації, вплив якої широко використовується.

Література:

1. Демехина Д. Концепция перформативности Р. Шехнера в контексте театральной теории В. Тернера // Ежегодная конференція Школы философии Национального исследовательского университета «Высшая школа економики». 2015. URL: https://phil.hse.ru/plc/abstracts2015. (14.06.2018)
2. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / Умберто Эко. СПб.: Симпозиум, 2007. 512 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь // БРЭ. 2002. URL: http://tapemark.narod.ru/ les/ 372c.html. (23.04. 2018)
4. Ницше Ф. По ту сторону добра и зла. Соч. Т.2. М., 1990. 448 с.
5. Савчук В. Конверсия искусства. СПб. : Петрополис, 2001. 288 с.
6. Тэрнер В. Символ и ритуал. М. : Наука, 1983. 277 с.
7. Шувакович М. Искусство перформанса и нове теории искусства // Зерне. 2012. URL: http://ziernie-performa.net /blog/2013/09/29/. (20.10.2018)

Шудра Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

МУЗИЧНІ ФЕСТИВАЛІ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

В сучасному соціокультурному просторі великого поширення набули фестивалі, які вирізняються різноманітністю масштабів, форм, спрямованості та аудиторії. Фестивалі мають загальносоціальне значення, що впливає на їх розвиток та породжує необхідність впровадження конкуреноного підходу до організації.

Латинські поняття «feast» та «festival» спочатку були тотожними і означали буквально «свято». З часом «feast» закріпилося за релігійними святами, а «festival» набуло сучасного значення, зберігши обов'язковий елемент святковості та урочистості. Однак фестиваль відрізняється від свята як такого, по-перше обов'язковою присутністю тематики, і, по-друге, – наявністю певного суб'єкта-організатора, одного або декількох (якщо для свята підставою можуть бути традиції, пам'ятні дати і т.ін.). Отже, фестиваль можна визначити як організований захід з елементом святковості, що має визначену тематику (одну або декілька) [3].

Фестивалі різняться як за формою проведення, цільовою аудиторією, так і за внутрішнім змістом, коцепцією, тематикою. Але всіх їх об'єднують такі чинники, як: 1) видовищна форма проведення, 2) яскрава театралізація, 3) активність дійства, 4) педалізація самостійного впливу на глядачів [6, 142].

Довгий час фестивалі існували виключно як мистецьке явище, і соціальне значення їх, відповідно, визначалося значенням даного виду мистецтва. Тільки у XX столітті, а найбільше – в добу інформаційного суспільства стало можливим і необхідним вести мову про фестивалі як соціальне явище [3].

Важливою характеристикою фестивалю є його статус у культурному житті. Із цієї точки зору міжнародні, національні та регіональні фестивалі мають певні відмінності умовного характеру, оскільки в будь-якому з вищезазначених фестивалів може брати участь інтернаціональний склад виконавців. Відмінності полягатимуть у рівні престижу фестивалю, свідомості публіки, професійних виконавців та їх менеджерів, його значенні в системі пріоритетів міжнародного театрального й концертного ринку, джерелах фінансування його діяльності та фінансових можливостях оплачувати участь відомих виконавців [4].

Науковці виділяють наступні обов'язкові складові фестивалю. По-перше, (виходячи з його визначення) це смислова, тематична його складова (вид мистецтва, соціальна група, субкультура, продукт тощо), яка втілюється у презентаційній частині. По-друге, фестиваль має містити елемент святковості та урочистості, покликаний привернути увагу до тематики, підкреслити її значущість.

По-третє, фестиваль повинен мати організовану структуру, координуючий апарат з кількох людей, з формально або неформально визначеними функціями. Також складовою фестивалю є матеріальна база, яка включає певний простір, де відбуваються фестивальні події, а також необхідні технічні засоби. В більшості випадків матеріальна база потребує залучення зацікавлених державних або недержавних структур, спонсорів [3].

Особливе місце серед фестивалів займають музичні фестивалі, які мають певну специфіку. На відміну від звичайного концерту, фестиваль – це серія подій, об'єднаних спільною ідеєю або стилем музики. Якщо концерти, зазвичай, тривають кілька годин, фестивалі легко можуть відбуватися протягом декількох днів. Порівняно з традиційними музичними концертами та конкурсами, музичний фестиваль має широкі комунікаційні переваги, в тому числі і в соціальній сфері. До того ж музичні фестивалі сприяють взаємовпливу і взаємозбагаченню національних культур, що впливає на культуру і розвиток того регіону, де такий фестиваль проводиться [1].

Музичні фестивалі є, в першу чергу, музичними проектами. Саме тому, подібні мистецькі акції необхідно розглядати з точки зору соціокультурного проектування. Концерт класичної музики, музичний конкурс чи фестиваль, як мистецький проект згідно із теорією соціокультурного проектування, має наступні характеристики: 1) актуальність концепції мистецького проекту в соціокультурному просторі; 2) відповідність головної мети та завдань в реалізації проекту; 3) узгодженість творчої ідеї з інтересами слухачів та потребами виконавців; 4) доступність інформації та рекламне забезпечення мистецького проекту; 5) точність проектного рішення, коли реалізація мистецького проекту відповідає програмі дій та засобам досягнення мети. Таким чином, мистецький проект в контексті соціокультурного проектування передбачає розуміння та врахування, насамперед, естетичних запитів публіки, регіону, соціальної групи чи окремої особистості, суспільства в цілому, а також спрямованість на сферу актуалізації музичного академічного мистецтва [2, 9].

Конкурсно-фестивальне середовище часто стає мотиваційною складовою для молодих виконавців, їхня мета – підвищити мистецький кругозір, змусити мобілізуватися музикантів за рахунок азарту, викликаного змаганням для підвищення свого професійного рівня. Тому таке середовище вимагає від музикантів-виконавців необхідності бути в стані фізичної, емоційної та розумової готовності, психічної стабільності й стійкості, професійної підготовленості, правильного управління власним емоційним станом, що безпосередньо впливатиме на результат виступу. Конкурси й фестивалі у творчому житті сучасного виконавця, підвищують його самооцінку та самокритику, відкривають для талановитого музиканта нові перспективи професійного зростання, можливість творчого спілкування зі своїми колегами, у тому числі з музикантами-віртуозами, які можуть передати йому свій безцінний досвід. Важливу роль відіграє і можливість концертної діяльності, спільних виступів з видатними артистами, що дають музиканту (а особливо юному) потужний стимул до самовдосконалення [5, 181].

Таким чином, музичні фестивалі є складовою сучасного соціокультурного простору. Вони відіграють важливе соціальне значення. При організації та проведенні музичних фестивалів необхідно враховувати рівень свідомості публіки та професійність виконавців. Окрім цього, сучасний ринок соціокультурних послуг вимагає високого професіоналізму не тільки від учасників, але і від організаторів фестивалів. Саме тому, музичні фестивалі слід розглядати з точки зору соціокультурного проектування.

Література:

1. Верещака А. О. Музичний фестиваль у системі маркетингу // Культура України. 2014. Вип. 45. С. 239–246.

2. Зінська Т. В. Музично-виконавське мистецтво в соціокультурному просторі України кінця XX - початку XXI століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. мистецтвознав. : спец. 26.00.01. К. : НАКККіМ, 2011. 16 с.

3. Зубенко Д. В. Розвиток фестивального руху в сучасній Україні // Вісник НТУУ "КПІ". Політологія. Соціологія. Право. 2011. № 4 (12). С. 110–114.

4. Периль Б. Фестивальная практика : опыт CASE-STUDY. URL : https://docplayer.ru/28295890-Boris-peril-1-festivalnaya-praktika-opyt-case-study.html (дата звернення: 25.08.2018).

5. Стрижиборода П. В. Конкурсно-фестивальне серидовище та його психологічний вплив на музиканта-виконавця // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені В. Гнатюка. Серія : Мистецтвознавство. 2014. № 1. С. 179–186.

6. Тулубко В. О. Музичний фестиваль у сучасному соціокультурному котексті: актуальні питання режисури // Культура і сучасність. 2013. № 2. С. 142–148.

Щербакова Ганна, *аспірантка НАКККіМ*

ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНІ ШЛЮБИ УКРАЇНИ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПРИЧИНИ ВИБОРУ ІНОЗЕМНОГО ПАРТНЕРА ТА ВПЛИВ ЦЬОГО ЯВИЩА НА КУЛЬТУРНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ

Зростання темпів світової глобалізації за останні кілька десятиліть зумовило значне збільшення кількості інтернаціональних шлюбів в Україні. У зв'язку з цим інтерес до них з боку суспільства зростає, а отже виникає необхідність дослідження даного феномена, його причин і особливостей. Комплексність і багатошаровість цього соціального феномену визначається великою різноманітністю залучених культур, представниками яких є партнери інтернаціональних шлюбів.

Наведемо цифри оприлюднені Державною службою статистики України за останні роки. За їх даними, основна частина українців, що вступають в інтернаціональні шлюби – це жінки. В цілому кількість шлюбів в Україні за останнє десятиліття скоротилася майже в півтора рази. Утім число укладених шлюбів з іноземцями зростає. У 2008 році в країні зареєстрували 11,4 тисяч інтернаціональних весіль, а в 2017-му – майже 15,5 тисяч. Тобто якщо в 2008 році з іноземцями укладався кожен 30-й шлюб, то в 2017-му – кожен 15-й. І це офіційні дані по шлюбам зареєстрованим саме в Україні. А от наприклад, в Польщі за останні два роки число шлюбів, укладених місцевими жителями з громадянами України, зросла більш ніж удвічі - з 400 до 1 тис.

За останнє десятиліття змінилися також уподобання українок щодо країни походження наречених. Якщо 10 років тому левову частку зарубіжних кавалерів становили вихідці з СНД – більше 60%, то зараз на перші місця вийшли представники країн Європи та Азії. Причому азіатів найбільше – майже 40%, європейців – 31%, потім йдуть вихідці з країн Африки, Америки, Австралії та Океанії [2].

Соціолог Людмила Малес стверджує, що створенню інтернаціональних шлюбів сприяє безліч факторів. А саме, розгалужена індустрія шлюбних агенцій, соцмережі, де українки все частіше отримують недвозначні пропозиції від незнайомих іноземців, а також сайти знайомств. А головні чинники – це *глобалізація, невисокий рівень життя, криза та воєнні дії в Україні* [4].

Зростаючий інтерес до заморських чоловіків серед українок підтверджують і у шлюбних агенціях. За їх підрахунками, кількість шлюбів з іноземцями за останні п'ять років зросла мінімум вдвічі. Причому, якщо раніше до агенцій приходили за чоловіками переважно зовсім молоді дівчата модельної зовнішності, то зараз іноземних наречених активно шукають жінки 35-50 років, у тому числі з маленькими дітьми від попередніх шлюбів.

Українки стали більш відкритими, вони активно користуються соцмережами, подорожують, багато хто знає англійську мову. Вони розуміють іноземців краще ніж 5-10 років тому, і дивляться на світ значно ширше. Саме ці фактори роблять їх більш привабливими в очах іноземців.

Ще одним суттєвим фактором, що впливає на збільшення кількості інтернаціональних шлюбів є *трудова міграція*. Особливо масово цей процес проявляється на західній Україні. Найчастіше українці виїжджають в Італію, Іспанію, Польщу, Канаду, Грецію, В'єтнам.

За даними італійської Благодійної асоціації «Soleterre», в Італії проживає понад 200 тисяч трудових мігрантів із України і переважно це жінки, що покинули свою батьківщину заради покращення фінансового статку родини. Проте, найчастіше, їм не вдається зберегти стосунки у своїй сім'ї. Дослідник Григорій Селещук вважає, що міграція не є причиною, а лише наслідком проблемних стосунків між чоловіком і дружиною. Жінки, які виїжджають за кордон охоче

одружуються з іноземцями. Від такого союзу вони отримують економічну стабільність, вирішене питання з проживанням і відсутність алкоголізму у сім'ї, що було на батьківщині. Це три достатньо вагомі аргументи, чому жінки наважуються на створення інтернаціональної сім'ї [3].

Без труднощів тут не обійтися. В таких сім'ях пари зіштовхуються з проблемою поєднання двох різних культур, релігій, мов, поглядів на життя і сімейний побут. Різниця в ментальності дається в знаки, особливо в перші роки спільного життя. Але через декілька років жінка адаптується, знайомиться з історією, звичаями, традиціями другої батьківщини. Адже в цій країні вона живе, працює, народжує і виховує своїх дітей [1].

Більша частина українок асимілюється в іноземне середовище і з часом інша культура стає їм за рідну. Але є певний відсоток жінок які роблять велику промоцію Україні на теренах чужої землі. А починається все з весілля, яке проводиться на 1/2 за українськими звичаями та традиціями. Так українка знайомить майбутніх родичів з культурою своєї батьківщини, яку несе через роки. В подальшому, такі жінки реалізовують чимало проукраїнських проектів, переймаються питанням української діаспори в країні де проживають, відвідують українську церкву, навчають рідній мові і культурі своїх дітей і продовжують перейматися долею своєї батьківщини крізь роки і відстань.

Проте таких прикладів не так вже й багато. Нажаль, держава не опікується долею громадян які одружуються з іноземцями і не використовує їхній потенціал в майбутньому. А саме культурне виховання народу і зрощення любові до батьківщини в цілому, може стати міцним підґрунтям до прагнення промоції української культури у світі.

Література:

1. Бичарова М. М., Лебедева И. В. Брак с иностранным партнером: «другой» в семье. Научный журнал астраханського университета. Каспийский регион: политика, экономика, культура. Астрахань, 2011. № 4 (29) С. 315-323
2. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 20.11.2018).
3. Одруження українки з іноземцем розцінюють як стабільність у житті. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/24524431.html (дата звернення: 20.11.2018).
4. Чужі тут у моді. URL: https://magazine.nv.ua/journal/2993-journal-no-5/chuzhie-zdes-v-mode.html (дата звернення: 20.11.2018).

Щербина Альона, *студентка магістратури НАКККіМ*

ТЕАТР У СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

Згідно з законом України «Про театри і театральну справу» театр – це заклад культури (підприємство, установа чи організація) або колектив, діяльність якого спрямована на створення, публічне виконання та публічний показ творів театрального мистецтва. В свою чергу, театральна діяльність законом визначається, як діяльність у галузі театрів і театральної справи, пов'язана зі створенням, публічним виконанням, публічним показом, поширенням та збереженням творів театрального мистецтва, забезпеченням умов для розвитку театральної творчості, підготовкою професійних кадрів, пропагандою кращих зразків театрального мистецтва [2].

Театр має комплекс культурних норм та норм поведінки, принципів, охоплює певну сукупність людей (глядачів), забезпечуючи відносну стійкість соціальних відносин. Театр як інститут реалізує комплекс базових потреб щодо соціалізації особистості, трансляції соціальних норм і культурних цінностей, соціального досвіду [3].

Театральні постановки мають ярко виражену національну приналежність. В першу чергу це відбувається тому, що спілкування у театрі відбувається рідною для глядача мовою. Навіть якщо постановка створюється на основі іншомовного твору актори, сценографи і режисер повинні прагнути до максимальної виразності сценічного оформлення, пластичної та мовленнєвої яскравості театральних персонажів, і головне, до адаптації твору до національної культури та

особливостей ментальності глядачів. Саме тому, театри, створюючи постановки, орієнтуються на певне коло глядачів: молодіжний театр, театр юного глядача, фольклорний театр [5].

Від самого зародження, у вигляді обрядів та ритуалів, театральне мистецтво виконувало важливі функції. В першу чергу воно регулювало соціальні відносини, координувало колективні дії та визначало індивідуальну поведінку членів суспільства. На думку української вченої Р. Шульги стародавні обряди і ритуали, що були прообразом театру виконували надзвичайно важливу соціальну функцію – згуртування членів спільноти, консолідацію їхніх зусиль на досягнення певної мети і, що найголовніше, формування відчуття приналежності до Цілого [6].

У сучасному високо інституціональному суспільстві театр працює відповідно з особливостями і функціями соціального інституту. Сучасна соціологічна теорія дозволяє розглядати театр як цілісний соціальний організм.

Російська дослідниця Т. Адріанова виділяє наступні соціальні функції театру

– гносеологічна або пізнавальна – перших років життя людина потрапляє у чарівний світ театру. Театр дає основи пізнання про світ і гармонійному існуванні в ньому;

– регулятивна функція театру – сфері міжособистісних відносин театр, так чи інакше, регулює, впливає на вчинки і поведінку людей, їх духовний стан. Ця функція театру спирається на мораль, моральність, звичаї, етикет;

– формування суспільної свідомості – театр невіддільний від історії країни, національної культури, життя та інтересів народу. Художнє відображення буття, ствердження певних світоглядних ідей, суспільних норм відбувається в театрі за допомогою уявлення, в яку залучені і глядачі і актори, яких зближує наявність спільних проблем та інтересів. Театр має великий вплив на формування естетичного смаку, моральності і політичної зрілості народу;

– ігрова функція театру – спостерігаючи театральне дійства, а іноді і стаючи активним його учасником, глядач забуває про проблеми, отримує компенсацію за нереалізовані в повсякденному житті бажання, можливість відкрито проявити свої емоції і почуття;

– компенсаторна функція – пов’язана з ігровою. Театральна вистава, обмежуючи потенційно небезпечні види діяльності жорсткими правилами, сценічними умовностями, дозволяє не тільки дати вихід енергії, але і нейтралізувати її небезпечні наслідки. У той же час енергія, що не отримує виходу, руйнує особистість. Сценічна гра та безпосередня участь глядача в ній виступає компромісом між природою людини та суспільством. Театральне мистецтво дає можливість людині виплеснути енергію, агресію, реалізувати бажання і емоції, що придушуються у повсякденному житті, знайти душевну рівновагу;

– знакова або семіотична функція – театральна постановка являє собою певну знакову систему, якою кожного разу оволодіває глядач. Без вивчення мови театру неможливо у всій глибині насолоджуватися досягненнями сценічного мистецтва;

– комунікативна функція – під час театральної вистави актори і глядачі обмінюються різними настроями, почуттями, ідеями і уявленнями. Це і є людська комунікація, коли інформація передається, уточнюється, перетворюється між двома суб’єктами, Комунікативна функція театру передбачає те, що в ході театрального дії актори і глядачі обмінюються різними настроями, почуттями, ідеями і уявленнями. Спілкування – це не тільки обмін інформацією, воно передбачає взаємну вплив на поведінку партнера з метою його зміни;

– стратифікуюча функція – відвідування театру з юних років є ознакою залучення індивіда до соціальної системи, приєднання його до певної інтелектуальної, естетичної частини населення;

– аксіологічна функція – театр, який веде діалог з глядачем, не може залишатися осторонь від затвердження особистісних і суспільних цінностей, тим самим він виховує і направляє, стверджує і захищає такі загальнолюдські блага, як моральність, патріотизм, вірність, співчуття, справедливість, любов [1, 91-94].

У сучасному світі театр як вид мистецтва активно застосовується у медичній практиці, в процесі реабілітації важких психічних та психологічних проблем. Тому можна стверджувати, що театр виконує і терапевтичну функцію. Так, Г. Локарєва та Н. Стадніченко виділяють наступні арт-терапевтичні функції тевтру:

– катарсистична (очищення, звільнення від негативного стану);

– регулятивна (зняття нервово-психічного напруження, моделювання позитивного психоемоційного стану);

– комунікативно-рефлексивна (формування адекватної міжособистісної поведінки) [4].

Таким чином, театр є важливою складовою сучасного соціокультурного простору. Театр має яскраву національну приналежність і виконує ряд функцій, відіграє значну роль в процесі соціалізації особистості, трансляції соціальних норм і культурних цінностей, соціального досвіду. Сучасні науковці серед головних визначають соціальні функції театру. Втім, окрім соціальних функцій театральне мистецтво також виконує арт-терапевтичні функції і застосовується в медичній практиці, в процесі лікування, корекції та реабілітації пацієнтів з психологічними порушеннями.

Література:

1. Адрианова Т. О. Социальные функции театра // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 35 (289) : Философия. Социология. Культурология. Вып. 28. С. 91–94.

2. Про театри і театральну справу : Закон України від 09.02.2006 № 3421-IV. URL: http://zakon2.rada .gov.ua/laws/show/2605-15 (дата звернення : 24.07.2018).

3. Кремешна Т. Театр як засіб впливу на культурне та соціальне стаовлення особистості // Молодь і ринок. 2012. № 5. С. 102–105.

4. Локарєва Г. В., Стадніченко Н. В. Театральне мистецтво як засіб досягнення позитивних результатів у процесі реабілітації хворих: теоретичний та практичний аспекти. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/ natural/vznu/ped/2009 (дата звернення : 03.09.2018).

5. Шиллер Ф. Театр, рассматриваемый как нравственное учреждение // Шиллер Ф. Собр. соч. : в 7 т. Т. 6. М., 1957. С. 21–22.

6. Шульга Р. П. Соціокультурний вимір художнього життя в Україні // Культура – суспільство – особистість / за ред Л. Скокової. К. : ІС НАНУ, 2006. С. 339–362.

Ярмоленко Олександр, *студент магістратури НАКККіМ*

ІСТОРІЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ «АЛЬТА»

Телебачення та радіомовлення – явища без яких важко уявити сьогодення. Життя абсолютної більшості людей на майже кожному куточку земної кулі, супроводжується цими речами, які поступово, але вже доволі давно, перестали бути «благами цивілізації».

Утім, якщо розглядати розвиток сучасних технологій у масштабі багатовікової історії, можна сказати, що такі слова, як інтрнет або комп`ютер, є зовсім юними і до них, у свою чергу, можна віднести телебачення та радіомовлення.

На прикладі ТРК «Альта» розглянуто її соціокультурний розвиток, а також розвиток жанру в загальному.

Загальна історія виникнення телебачення та радіомовлення. Думка про бачення на відстані виникла в людства ще в далекій давнині. Прикладом тому можуть служити киплячі чани жерців і магів, кришталеві кулі чаклунів і провісників, чарівна тарілка з яблуком, яке оберталося, і багато інших казково-міфічних винаходів. Згадування про передачі зображення і звуку на відстані можна зустріти в легендах, міфах, переказах і казках у всіляких народів світу. Однак, своє втілення в реальність подібні уявлення одержали лише тільки через безліч років, коли рівень науково-технічного прогресу досяг необхідно високого рівня. Радіомовлення, у свою чергу, виступило попередником телебачення і сьогодні є як невід'ємною складовою ТБ, так і самостійним явищем.

Історія виникнення та розвитку телебачення і радіомовлення в Україні. Варто зазначити, що дані види людської діяльності не мали однакового темпу розвитку. Кожна країна має індивідуальні особливості у цьому аспекті та відмінності. У першу чергу це пов`язано з рівнем життя країни в цілому, з її націленістю на розвиток сучасних та високих технологій. Також відіграють значення культурні та ментальні особливості нації. Не виключенням є й Україна. Історія телебачення України висвітлювалася у літературі – її аналізували, обґрунтовували шляхи подальшого розвитку, підбивали підсумки досягнутого, розкривали дії окремих осіб та колективів.

Найбільший внесок зробили історики, викладачі спеціалізованих вищих навчальних закладів, організатори й керівники засобів масової інформації, чиї публікації базувалися на усвідомленні зростання ролі ЗМІ під час становлення незалежності України.

Загальні відомості про становлення радіо та телекомпаній, їх види. Канал телемовлення чи радіомовлення - це сукупність технічних засобів, пристосованих для трансляції телепередач на територію, визначену параметрами технічних засобів мовлення. Канали телемовлення залежно від власності на засоби мовлення можуть бути державними, приватними, акціонерними, громадськими. Дані види діяльності знаходяться у постійній фазі розвитку і, як сформований жанр, мають характерні різновиди.

Становлення місцевих (регіональних) радіо та телекомпаній. Проголошення Україною своєї державної незалежності зіграло велику позитивну роль у розвиткові вітчизняного телевізійного мовлення. Перш за все впровадження ринкових відносин, демократизація всіх сфер державного управління та громадсько-політичного житті різко активізували процес появи недержавних телекомпаній та створення телебачення в тих державних телерадіомовних структурах, де до серпня 1991 року це було фактично заборонено ЦК КПРС. Одночасно відбувся значні зміни в діяльності творчих колективів, в процесах підготовки та видачі в ефір телепрограм, звільнившись від обмежень партійної опіки журналісти винесли в телевізійне виробництво нові форми роботи, наблизили його до реалій творчого життя, позбавлено політичної залежності і відомчої цензури. На першому етапі після проголошення незалежності країни державне телебачення у відповідності до обігів фінансування продовжувало розвиватися практично тими ж темпами, що і за радянських часів. Більше того, демократизація політичного життя в країні в повній мірі була зустрінута керівним тандемом Укртелерадіокомпанії (Микола Охмакевич та Віктор Оркуша), фонограмними (Іван Мащенко), технічними (Олег Яремик) та фінансовими (Євген Мовенко) службами. Аналогічне ставлення до суспільно-політичних процесів, які відбувалися в країні, було і в керівництва та творчо-виробничих колективах обласних телерадіо об'єднань. свою чергу це трансформувалося в пожвавлення процесу розвитку телебачення і в центрі, і на місцях.

Враховуючи всю викладену вище інформацію, метою роботи є показати, як працює телерадіокомпанія зсередини. Прикладом слугує «ТРК Альта» – регіональна компанія, що знаходиться в місті Переяслав-Хмельницький.

Аналіз роботи ТРК «Альта», її існування на сучасному етапі усфері соціокультури**.** ТРК «Альта» – один з найстарших в незалежній Україні комунальний засіб масової інформації. Як експериментальне телебачення вона з'явилася ще 1992 року, а як сформований мовник «Альта» вийшла в ефір 25 лютого 1995 року. Змінювались назви: спочатку це була телестудія «Альта», потім редакція телестудії. Наразі це єдина місцева комунальна телерадіокомпанія на лівобережній частині Київської області, яка мовить на місто обласного значення Переяслав-Хмельницький (понад 27 тисяч населення) та майже 30-тисячний Переяслав-Хмельницький район.

«Альта» має ліцензію на цілодобове ефірне телемовлення і проводове радіомовлення. Логотипом каналу є літера «А», яка розміщена в середині трикутника. Свій формарт телеканал визначає як «інформаційний» та «розважально-інформаційний». Мовлення телерадіоканалу ведеться на 90% українською мовою. Територіальне направлення каналу – місцеве телерадіомовлення. Своїми програмними цілями ТРК «Альта» визначає створення та розповсюдження інформаційних, культурологічних, публіцистичних, музично-розважальних програм та передач. Ліцензію на телерадіомовлення Національна Рада з питань телебачення та радіомовлення надала ТРК «Альта» 8 листопада 2011 року. Загальний обсяг мовлення ТРК «Альта» складає 24 години на добу. Частка програм власного виробництва у загальному продукті каналу складає приблизно 4 години на добу. Максимальна загальна частка іноземного продукту – 7 годин на добу, а національного 16 годин 34 хвилини на добу.

Щодо жанрового розподілу програмного заповнення ТРК «Альта», то до нього входять наступні програми:

- інформаційно-аналітичні і публіцистичні;
- культурно-мистецькі передачі;
- науково-просвітницькі програми;

- розважальні і музичні передачі;
- дитячі програми;
- інше: реклама, заставки, анонси, жанрово не структурований ефір).

Не залежно від розміру ТРК – цей механізм все рівно залишається складним. Його функціонування забезпечує група різнофахових спеціалістів: менеджмент, технічне забезпечення, журналісти, ведучі тощо. На прикладі однієї телерадіокомпанії можна побачити та проаналізувати, як розвивався жанр та зрозуміти, який вектор буде обрано для його розвитку в майбутньому.

Література:

1. Телебачення в Україні: історія становлення. URL : http://ru.osvita.ua/vnz/reports/journalism/22508/ (дата звернення: 23.08.2018).
2. Історія телебачення України. URL: http://ru.osvita.ua/vnz/reports/journalism/22508/ (дата звернення: 23.08.2018).
3. Альта – Суспільне мовлення. URL : https://stv.detector.media/reformuvannya/movlennja_ gromad/direktor_ trk_alta_u_regionakh_nemae_bazhayuchikh_vklasti_groshi_v_zapusk_mistsevogo_movlennya_okrim_vladi (дата звернення: 23.08.2018).
4. Борецкий Р. Телевидение на перепутье. Москва : НИАНО, 1998. 104 с.
5. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. Москва, 2009. 89 с.
6. Голядкин Н. А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. Москва, 1996. 123 с.
7. Егоров В.В. Телевидение и власть. Москва, 1997.
8. Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим. Москва, 1999. 416 с.
9. Рид Р., Мицкевич Э., Файрстоун Ч. Телевидение, радио и приватизация. Москва, 1998.
10. Саппак В. Телевидение и мы. Четыре беседы. Москва : Искусство, 1988.
11. Саруханов В. А. Азбука телевидения. Москва: Аспект-Пресс, 2003. 223 с.
12. Carter B. The Late Shift. NY, 1994. 299 с.
13. Gervich Chad. Small Screen, Big Picture: A writer's guide to the TV Business. NY, 2008.
14. Grant K., Pharndon J. The Movie Book. London, 2005. 352 с.
15. Mander J. Four arguments for the Elimination of Television. San Francisco, 1978. 356 с.
16. Sepinval A. TV (The Book): Two Experts Pick the Greatest American Shows of All Time. NY, 2016. 432 с.

Ящук Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

КЛУБНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ

Поняття «клуб» в перекладі з англійської (club, clube) означає клуб, товариство, а пізніше зібрання, установа для громадських зібрань. Це є утворення з кількох людей, об'єднаних спільними інтересами або метою.

У зарубіжному дозвіллєзнавстві окреслюється два погляди на сутність поняття «клуб»:

- добровільна організація, що об'єднує людей для спілкування, проведення дозвілля, співпраці, спрямованої на задоволення політичних, наукових, спортивних, літературних та інших інтересів;
- товариство, зібрання осіб із спільними інтересами та мотиваційно-ціннісними орієнтаціями [1, 102]

Англійський клубознавець Джон Тімбс у своїй монографії «Club sand club life in London»пропонує наступне визначення: «Клуб, у загальному значенні слова, розглядається як одне з найдавніших проявів споконвічного потягу людини до спілкування і як доказ того дивовижного впливу, який сили Природи мали на долю людини».[1, 105]

Поняття «клубна культура» [1, 108], «клубні практики» [7, 366] є об'єктом наукових досліджень. Досить часто поняття «заклад клубного типу» та «клуб» ототожнюються. Тому «клубом» називають переважно культурно-просвітні установи, що організовують дозвілля, сприяють вихованню, самовихованню, розвитку творчих здібностей. Сьогодні ж клуб доцільно розглядати як багатофункціональну дозвіллєву, культурно-просвітницьку організацію або установу, головним завданням якої є забезпечення потреб населення в змістовному дозвіллі, сприяння самоосвіті та творчій реалізації особистості [2]. Найбільш розповсюдженими закладами

клубного типу в Україні на сьогодні залишаються клуби, будинки та палаци культури, створені ще за радянських часів.

У типовому положенні Про клубний заклад, затвердженому наказом Міністерства культури і туризму України від 27 травня 2007 р. № 35 дається наступне визначення: «Клубний заклад – це палац, будинок культури, клуб, народний дім, молодіжний центр, культурно-дозвіллєвий комплекс, центр дитячої творчості, будинок мистецтв, будинок фольклору, будинок народної творчості інший клубний заклад, діяльність якого спрямована на створення, розповсюдження та популяризацію культурних надбань [3].

У теперішній час, коли Україна переходить до моделі європейського демократичного зразка, клубні заклади відіграють дуже важливу роль, оскільки вони є осередками, які спрямовують свою роботу на збереження й розвиток традиційного народного мистецтва, задоволення культурних, естетичних потреб населення шляхом залучення до участі у культурно-дозвіллєвій та культурно-освітній роботі, пропонують культурні послуги в різних місцевостях, навіть там, де немає альтернативи отримання культурних послуг з інших джерел, а саме – в селах, районних центрах та невеликих містах. Клубні заклади є самостійними організаціями, що діють з метою духовного розвитку особистості, формування громадської думки, сприяють консолідації та розвиткові української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвиткові етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України, створюють умови для розвитку народної творчості і організації відпочинку населення [4].

Поряд із закладами клубного типу продовжують існувати клуби за інтересами, які об'єднують людей зі спільними захопленнями та інтересами, серед яких: спортивні клуби («Футбольний», «Баскетбольний», «Шаховий»), клуби автолюбителів (часто об'єднують власників певних марок автомобілів, наприклад «Всеукраїнський клуб BMW»), клуби любителів тварин («Клуб любителів котів», «Клуб собаководів»), інтелектуальні клуби («Що? Де? Коли?»), клуби колекціонерів («Клуб колекціонерів моделей автомобілів»), кіноклуби, клуби настільних ігор, англомовні клуби, літературні та музичні клуби, клуби фанатів зірок естради, кіно, телебачення [2]. Проте, сьогоднішній день нам диктує нові умови функціонального призначення клубу та змістовності його роботи у духовному житті сучасного суспільства. Незважаючи на наявні успіхи, творчі досягнення і різноманітні напрацювання, в індустрії дозвіллєвого простору потрібні зміни.

Окрім державних закладів клубного типу в Україні існує мережа приватних, комерційних установ, до яких належать дитячі розвиваючі центри, культурно-дозвіллєві комплекси, центри дозвілля, спортивно-дозвіллєві комплекси, дитячі дозвіллєві центри та центри сімейного дозвілля, обладнані різноманітними атракціонами, кінотеатром, майданчиками для ігор, клуби-кафе, нічні клуби, клуби-казино. Саме вони користуються найбільшою популярністю серед населення. Тому, для підвищення популярності серед населення та конкурентоспроможності, вітчизняним закладам клубного типу необхідно розширювати та урізноманітнювати спектр форм та засобів дозвіллєвої діяльності [2].

Позитивні тенденції роботи державних закладів клубного типу можна прослідкувати у м. Вінниця, а саме: міського палацу мистецтв «Зоря», клубного закладу «Вінницький міський клуб», комунального закладу «Центр підліткових клубів за місцем проживання».

1) Міський палац мистецтв «Зоря». На сьогодні в міському Палаці мистецтв функціонує 167 клубних формувань :18 колективів художньої творчості, з них 8 народних та зразкових колективів, 21 фізкультурно-оздоровче формування, художня студія, гуртки «Сам собімодельєр», «Театр і мода», вивчення і удосконалення англійської мови, «Маленькі розумашки», клуб активних пенсіонерів «Чарівний клубок», клуб «Історичної реконструкції «Аркона» тощо. В гуртках, клубах за інтересами займається 400 чоловік, із них 1500 дітей. Щороку в міському Палаці мистецтв проходить біля 170 заходів: концертні і розважальні програми, урочистості до загальнодержавних свят, тематичні та творчі вечори. Театралізовані свята, фестивалі, конкурси тощо. Протягом року заходи МПМ відвідує близько 120 000 чоловік [5].

2) Клубний заклад «Вінницький міський клуб», спрямований на задоволення культурних потреб мешканців віддалених мікрорайонів міста: Сабарів та Пирогово. На сьогодні на базі КЗ «Вінницький міський клуб» діє 14 клубних формувань серед яких 3 вокальних колективи

(вокальна студія «Дебют», дитячий театр пісні «Орфей», народний аматорський вокальний ансамбль «Ретро»), хореографічна студія «Nika», циркова студія «Каскад», гурток декоративно-прикладного мистецтва «Веселка», спортивно-оздоровчий гурток «СК «Фенікс», гурток активного відпочинку «Дитяче містечко «Посмішка», дитячий театр «Pirogoff-art», клуб настільних ігор «VinClubGames», студія фітнесу для дорослих. Кількість учасників клубних формувань – 238 чоловік. Щороку закладом проводиться майже 130 культурно-мистецьких заходів: святкові концерти, вистави, культурно-розважальні дитячі заходи, тематичні вечори, дитячі фестивалі та конкурси, які протягом року відвідує 5729 чоловік.

3) Комунальний заклад «Центр підліткових клубів за місцем проживання». Головна мета центру – організація змістовного дозвілля, створення умов для соціального захисту і розвитку творчих здібностей дітей, підлітків та молоді у вільний від навчання та роботи час, сприяння підтримці молодіжних ініціатив та створення умов для самореалізації молоді у місті. На сьогодні по м. Вінниця діє 16 підліткових клубів, серед яких Підлітковий клуб «Універ», «Гараж 77», «Аліса», спортивно-оздоровчий клуб «Патріот». На базі центру діють гуртки різних напрямків: образотворче та декоративно-прикладне мистецтво, хореографічні студії, центр розвитку особистості, футбольний клуб «Олімп», «Український клуб», гурток освітніх технологій, «Англійський клуб», гурток вивчення умов безпечного проживання в місті та правил поведінки дітей на дорозі «Міські джунглі», «Школа стюардес». Щороку центром проводяться виставки дитячої творчості та творчі конкурси, молодіжні та дитячі заходи в місцях масового відпочинку вінничан біля води, гра у французькі кулі «Петанк», молодіжні творчі заходи, флешмоби, квести, конкурси, чемпіонати, змагання [6].

Таким чином, у даній статті ми розглянули сутність таких понять, як «клуб» та «клубна культура», проаналізували ті важливі функції, які виконують вітчизняні клубні заклади, як осередки культури і дозвілля, а саме: збереження й розвиток традиційного народного мистецтва, задоволення культурних, естетичних потреб населення, духовний розвиток особистості, формування громадської думки, сприяння консолідації та розвиткові української нації, її історичної свідомості, традицій і культури. Проте, різноманіття культурних послуг, які надаються клубами недостатньо для того, щоб конкурувати у сфері надання культурних послуг з приватними інституціями аналогічного спрямування.

Література:

1. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах: [підручник]. К., 2005. 408 с.
2. Поліщук Л. О. Заклади клубного типу України: сучасний стан та перспективи розвитку // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2009. № 23. С. 176–184.
3. Типове положення Про клубний заклад, затверджене наказом Міністерства культури і туризму України від 27 травня 2007 р. № 35. URL: http://mincult.kmu.gov.ua/mincult_old/uk/publish/article/89044; jsessionid=C26D8508EB649B989ED0FF75D699854A.app1 (дата звернення: 21.08.2018).
4. Садовенко С. М. Клубні заклади як важливий чинник становлення і розвитку культури регіонів України: функції та форми діяльності // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2015. № 1. С. 42–51.
5. Вінницький міський палац мистецтв. URL: https://zoria.vmr.gov.ua/article/21 (дата звернення: 01.08.2018).
6. Вінницька міська рада офіційний сайт. Центр підліткових клубів за місцем проживання. URL: http://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/YouthPolicy/ShowContent.aspx?ID=4 (дата звернення : 01.08.2018).
7. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець XX – початок XXI ст.): дис.… д-ра культурології: 26.00.06. К., 2018. 487 с.
8. Копієвська О. Р. Культуротворча місія закладу культури // Культура народов Причерноморья : научный журнал. Симферополь : ТНУ им. В. И. Вернадского, 2014. № 269, квітень. С. 147–150.

ДИЗАЙН І РЕКЛАМА: КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИ ВИМІР

Заварзін Олег, *кандидат технічних наук,*
доцент, завідувач кафедри
дизайну середовища НАКККіМ

ОСНОВІ КАТЕГОРІЇ ЕСТЕТИКИ

Естетика – наука про чуттєве пізнання, що осягає творення прекрасного. Поняття «естетика» ввів в науковий обіг у 18 столітті німецький філософ-просвітник О. Баумгартен. Термін походить від грецького слова *aisthetikos* – чуттєвий.

У період античності естетика торкнулася загальних питань природи, краси та мистецтва; теологія надала впливу на середньовічну естетику, що служила одним із засобів пізнання Бога; в епоху Відродження естетична думка розвивалася в сфері художньої практики і її предметом стала художня творчість і зв'язок з природою. У Новий час естетика прагнула формувати норми мистецтва.

І. Кант традиційно розглядав предмет естетики як прекрасний в мистецтві. Але естетика, за ним, вивчає не предмети прекрасного, а тільки судження про прекрасне, тобто є критикою естетичної здатності судження [5]. Г. Гегель визначив предмет естетики як філософію мистецтва або філософію художньої діяльності [2].

А. Лосєв розглядав предмет естетики як світ виразних форм, створених людиною і природою. Він вважав, що естетика вивчає не тільки прекрасне, але і безобразне, і трагічне, і комедійне тощо. Тому вона є наукою про вираження взагалі [7].

Вироби мистецтва створюються в результаті художньої діяльності, що є вищою формою естетичної діяльності людини. Вона торкається сфер, що мають практичний характер: дизайн, садово-паркова культура, культура побуту тощо. Цю діяльність забезпечують технічна і практична естетики. Технічна естетика – це теорія дизайну. Дж. Раскін в своїх роботах ввів поняття естетично цінних продуктів. В. Морріс на теоретичному і практичному рівнях розв'язував проблеми естетики праці, статусу художньої промисловості, дизайну, декоративного мистецтва, естетичної організації середовища [8]. Г. Земпер опублікував «досвід практичної естетики», де, на відміну від філософії ідеалізму, підкреслив морфоутворювальне значення матеріалів і техніки [4].

Естетика побуту, поведінки людини, наукової творчості, спорту знаходиться в полі зору практичної естетики. Таким чином, естетична діяльність є частиною практично-духовного освоєння людиною дійсності.

Естетична діяльність містить у собі творчі та ігрові початки, пов'язана з несвідомими елементами психіки. Поняття «гри» як одного з істотних характеристик естетичної діяльності було введено І. Кантом. Він сформулював два важливих естетичних поняття: «естетична видимість» і «вільна гра». Під першим розуміється сфера існування краси, під другим – її існування одночасно в реальному та умовному планах. Розвиваючи цю думку, Фр. Шіллер писав, що краса, існуюча в об'єктивному світі, може бути відтворена, і може стати «об'єктом примусу до гри». Гра – це втілення свободи. В процесі гри створюється «естетична видимість», яка перевершує дійсність, є більш досконалою, вишуканою та емоційною, ніж навколишній світ [10].

Високим, вільним від утилітарного початку видом естетичної діяльності є художня діяльність. Ціль художньої творчості – створення твору мистецтва. В естетиці визнано ієрархію здібностей митця, а саме: обдарування, талановитість, геніальність.

В античності геніальність розумілася як явище ірраціональне. В епоху Відродження існував культ генія як творчої індивідуальності. Раціоналізм утвердив ідею поєднання природної геніальності художника з дисципліною розуму. Своєрідне трактування геніальності викладене в трактаті Ж.-Б. Дюбуа [3]. Геній, у його представленні, не тільки володіє кроповим духом та ясною уявою, але і сприятливим складом крові. Особливий зміст у поняття «геній» вкладав Кант. Геній у нього – це духовна винятковість, це художній талант, крізь який природа діє на мистецтво. Кант визначає геніальність як здатність сприйняття естетичних ідей [5].

Погляди на природу генія постійно розвивалися відповідно до розвитку розуміння самого творчого процесу і одного з його основних елементів – натхнення. Ірраціональний момент творчості підкреслював Кант, відмічав непізнаваність творчого акту [5]. Для натхнення важливим

елементом є художня інтуїція. Ця проблема була розроблена А. Бергсоном. Художня інтуїція, за ним, представляє собою безкорисне мистецьке споглядання та повністю позбавлена утилітарного початку. Мистецтво за допомогою неї споглядає світ цілісно в його вічному становленні. Творчість, як народження нового, становить суть життя в протиставленні дії інтелекту [1].

В інтуїтивістській естетиці Б. Кроче мистецтво – це лірична інтуїція. Підкреслюється творчий, формоутворюючий характер алогічної інтуїції – охоплюючої, унікальної, неповторної. Мистецтво безпристрасне до інтелектуального знання, а художність не залежить від ідеї твору [6].

У процесі художньої творчості, де беруть участь мислення, уява, фантазія, переживання, натхнення, інтуїція художника, народжуються художні образи.

Недосказаність образу стимулює реципієнта, дає простір творчій фантазії. Подібне судження було висловлене Шеллінгом в курсі лекцій [9]. За його думкою, художник вкладає у свій твір крім задуму «деяку нескінченість», недосяжну для «кінцевого розсуду». Витвір мистецтва допускає нескінчене число інтерпретацій. Повне буття образу є не тільки реалізацією художнього задуму в творі, але і його естетичним сприйняттям, як процесу співучасті і співтворчості суб'єкта.

Література:

1. Бергсон А. Creative Evolution. Cosimo Classics, 205. 472 p.
2. Гегель Г.В.Ф. Эстетика. Москва: Искусство, 1971. Т.3. 624 с.
3. Дюбуа Ж.-Б. Critical Reflections on Poetry, Painting and Music. В 2-х т.. Wentworth Press, 2016. 434 p.
4. Земпер Г. Style in the Technical and Tectonic Arts, Or, Practical Aesthetics. Getty Publication, 2004. 980 p.
5. Кант И. Критика способности суждения. Москва: Искусство, 1994. 368 с.
6. Кроче Б. Aesthetic: As science of Expression and General Linguistic. Transaction Publishers, 1995. 503 p.
7. Лосев А.Ф. Эллинистически-римская эстетика. Москва: Изд-во Московского Университета, 1979. 416 с.
8. Morris W. News from Nowhere, or an Epoch of Rest: Being Some Chapters from Utopian Romances. Commonweal, 1890. 186 p.
9. Шеллинг В. Философия искусства. Москва: Мысль, 1966. 496 с.
10. Schiller Fr. On the Aesthetical Education of Man. Dover Publications, 2004. 160 p.

***Крупкіна Людмила**, доцент НАККіМ*

ІДЕОЛОГІЯ «ДРУЖНЬОГО САДУ»

Є багато прикладів того, як сад створюють – наче пишуть олією. Одним із таких садів є сад знаменитого художника-імпресіоніста Клода Моне в Живерні, який його сам створював та відтворював у живописі. «Нема нічого більш невдячного, ніж писати воду» – казав він про свою одну з найкращих картин «Лілеї у ставку». Моне писав: «... до мене прийшло одкровення мого казкового, чудового ставку. Я взяв палітру, і з того самого часу у мене вже майже не було ніколи іншої моделі».

Чи часто хто із молодих ландшафтних архітекторів замислюються над картиною, яку вони створюють, проектуючи сад? Як довго буде він жити і милувати погляд його творця. Для того щоб це сталося, слід навчатися у природи. Термін «дружній сад» – виник понад 10 років тому, але й досі не став реальністю. Можливо тому, що для його створення необхідно глибоко вивчити природні умови – мікроклімат, ґрунти, гідрологію; дослідити рослини які природно зростають саме на цій місцевості. Лише з урахуванням саме цих чинників можливо створити стійкий біоценоз – явище, коли усі живі організми гармонійно розвиваються підтримуючи один одного. У цьому процесі береть участь не лише вищі рослини (дерева, кущі, трави), а й мікроорганізми, що знаходяться в ґрунті, гриби, мохи та лишайники, комахи, тварини, пташки.

Галявини з не завжди обсаджені газоном рядами сприяють наповненню саду представниками фауни, а глухі високі загорожі призводять до того, що на газоні поселяються гриби та лишайники, які знищуються обробляючи їх хімічними препаратами (отруйними речовинами). Ефектні, яскраві, вишукані, але не акліматизовані до наших умов рослини, потребують постійного догляду – підживлення, формування, обробки від шкідників, часто укриття в зимовий період. Це рослини та кущі примхливі і повільно ростучі, їм місце в саду як акцентам, солітерам, а не основним породам. До того ж в наших садах слід віддавати лісоутворюючим

породам: дубу, ясеню, клену, ільму, грабу, буку, каштану, які окрім багатого видового складу мають велику кількість штучно виведених декоративних форм; інтродуцентам – катальпі, липі повстистій, яблуні Нєдзвєдского, платану, магноліям; реліктовим видам гінго дволопатевому, метасеквої.

Саме фахівці, ландшафтні архітектори, мають пояснити замовнику ідею дружнього саду, обґрунтувати свої рішення, щодо його створення, переконати в правильності своїх дій. Сад потрібно створювати на віки, він повинен розвиватися самостійно, а основне завдання –лише підтримувати його та отримувати насолоду від відпочинку та спостереження за його розвитком.

Один із успішних ландшафтних архітекторів вирішив похвалитися створеним ним садом. Невелика ділянка зі складним рельєфом біля приватного будинку була щедро заповнена різноманітними формами хвойних та вічнозелених видів. Кожен із саджанців був неперевершеним, але загальної ідеї не було. «А що буде тут через п'ять років?» – запитали його. «А через п'ять років все тут треба пересаджувати!» – відповів автор втіленого проекту. Отже, будемо створювати сади для своїх нащадків.

Novikova Olena, *PhD, Associate Professor*
in Institute of Slavic Studies,
Munich Ludwig-Maximilians University
Svitlana Pryshchenko*, PhD, Professor in Institute of Design*
and Advertisingin the National Academy of Managerial staff
in Culture and Arts, Member of Designers Union in Ukraine

EUROPEAN EXPERIENCE OF THE ENVIRONMENTAL PUBLIC ADVERTISING

Our studies the imagery and stylistic trends of environmental public advertising including in the structure of European Media space. The activation of attention to the problems of contemporary environmental protection and rational use of natural resources greatly will facilitate the eco-culture development of society, especially the younger generation. Social responsibility nowadays means to consume as little natural resources as possible and producing as low amount of waste as possible.

Scholarly articles of the International Nature journal in London, publications by the International organisations World Wide Fund in Gland (Switzerland), Global

Engagement in Bonn, Rachel Carson Center for Environment and Society in Munich and also the Federal Ministry of Food and Agriculture in Berlin are the most authoritative among the abroad studies of the ecology problems and popularisation of their solutions. In addition to publications and conferences, these entities actively organise eco-seminars, displays, fairs of eco-products and eco-design, and spread environment-related information through mass Media.

Ecology problems found their reflection in the ecological poster which can be considered as a variety of public advertising. Examining the visual methods and specificity of the Poster, let us denote that the poster is a widespread kind of graphic arts whose artistic features are determined by the agitation function. People have to perceive the sense of information in motion, and this determines the visual form of the poster – size, laconism of the image, limpidity of the idea with or without the concise text, easy-to-read fonts and bright colours. The most widespread advertising (commercial) poster often uses photographs, character elements and association-emotional methods of influence on potential buyers. The public poster belongs to non-commercial mass Media. The skill to see and depict the idea in the poster, the poster-wise mode of thought, anxiety and fervency in the aspiration to capture the viewer's attention are designer's main characteristics. The poster artist has to put the idea through the filter of internal analysis of self and the corresponding topic in order to get the image across to the certain audience in a simple and expressive image.

Specific visual methods of the Poster – original image, generally comprehensible symbols, eye-catching juxtaposition of colours, scales, points of views, degrees of conventionality, satiric characters etc. The poster artist's creative method is largely specified by the level of aesthetic development of the target public. So, elevation of the viewer's general culture will inevitably lead to a change in the appearance of the Poster, made at a high artistic level; it can become an important factor of the positive aesthetic effect.

Nowadays, the Poster is developing dynamically also as a style of graphic arts and as an applied industry – Advertising graphics. In Europe, establishment and development of poster was predetermined by Germany, Switzerland, France, Italy and Poland. The Poster plays a noticeable role in International Design Processes thanks to campaigns, poster contests and exhibitions. But, for the time being, the main meeting point of the poster with its viewer is advertisements in the urban medium. For example, in 2016 Munich metro they use a wordplay of biowaste and banana («Banane sein» is an idiom meaning «don't care») which means to sort consciously because you must care about biowaste and organic garbage («ist mir Banane» in German).

The World Wildlife Fund, founded in 1961 in Switzerland, long ago made a claim about itself as a customer of quality, explicit and sometimes cruel ecological social advertisements. The main areas in which the WWF works, especially in Germany, are climate change, protection of forests, freshwater bodies, seas and oceans, conservation of Flora and Fauna, minimising the usage of toxic substances, and restoring the environment. Wild animals at the present-day consumer market are perceived only as a raw material for tailoring clothes, footwear and accessories, so in this case they «carry» S and XL marks in the poster. Such visualisation ordinarily arrests viewers' attention much quicker and sticks to their memory better than the standard depiction of fur overcoats. In general, it is worth noticing the high creative level of this organisation's posters, whose motto is «The nature needs advertising».

Contemporary poster requires interesting imagery, offbeat, humour, satire, so the usage of creative technologies in the making of the advertising message as a verbal-visual model—metaphor, metonymy, allegory, association, hyperbole – is progressively gaining relevance. Slogans considerably amplify the emotional constituent, though any information is shifting towards visuality in the Post-postmodern culture of XXI century. Among the widespread stylistic trends we can accentuate Minimalism, Constructivism and Eclecticism (combining various visual means on the collage principle: Graphic Art, Photography, using pieces of Art). In the recent years, Advertising Communications have been quickly changing to Digital. Propagated on the internet are websites and banners of not only commercial but also social focus. Comparing the state of reflection of environmental problems and their understanding by the society, we can mention that the level of eco-culture in Europe is much higher; this is usually thanks to the daily nurturing of the society in this direction with the help of printed and outdoor advertisements, television, internet advertisements, supporting various eco initiatives by the Government and private funds, and discipline of all population concerning waste utilisation.

In summary, analysis revealed that the European environmental public poster are interesting and imaginative, because the eco-problems have been a lot more attention in the Society, and in accordance with the eco-topics are cultivated and distributed in the Media. This materials are part of the workshops «Public Advertising» in Munich Ludwig-Maximilian University, which was conducted by Prof. Dr. Pryshchenko in 2015–2018. In view of the shift to the visual component in advertising appeals, we are considers practicable for further development of the integrated course «Public Advertising», which can be used not only for designers, but advertisers, art historians, culturologists, sociologists and socio-cultural activities managers. We have proposed a German-Ukrainian student exhibition project in 2019–2020 aimed at designing and using eco-posters in the urban and virtual Media.

Овчаренко Олексій, *кандидат мистецтвознавства,*
доцент НАКККіМ

КОНЦЕПТУАЛЬНІСТЬ ПРОЕКТУВАННЯ ЯК ОСНОВА ВИРАЗНОСТІ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ПОШУКУ

Значна кількість існуючих архітектурних та дизайнерських проектів знаходяться в сфері ідейного та ідеального уявлення, часто не маючи нічого спільного з можливістю реального втілення. Таке проектування носить назву концептуального [1]. Найчастіше затребуваність концептуальність проектів обмежується участю в різноманітних конкурсах, виставках, бієнале, що і є метою появи таких робіт. Сформульований теоретиком архітектури Вітрувієм, вираз трьох принципів архітектурної, а заодно і дизайнерської діяльності «міцність – користь – краса» в цьому випадку перестає бути основою професійної культури, базисом для теоретичного та практичного

розвитку професії. У ньому кожен з компонентів рівноцінний один до одного і не має пріоритету, що визначає цілісний і гармонійний образ завершеного твору.

У випадку з концептуальними об'єктами архітектури та дизайну спрямованість їх на майбутній розвиток соціокультурної, інформаційно-технічної та технологічної бази в світовому співтоваристві повинна визначати їх життєздатність і творчий потенціал. Таким чином, концептуальні проекти повинні мати основну мету, спрямовану на використання і застосування нових технологій в інженерії і будівництві, а також служити поштовхом до їх розвитку. Інакше діяльність дизайнера та архітектора перестає бути творчою і перетворювальною, соціокультурн дієвою. Часто історії виникнення різних концепцій притаманний аспект їх певної утопічності, але, незважаючи на це, вони мали той потенціал розвитку, який вже на сучасному рівні технологічного стану дає можливість втілення в життя. Чи не найяскравіший приклад подібної тенденції – творчість генія протодизайну Леонардо да Вінчі [2].

Концепції, що не були повною мірою втілені в життя, належали відомим архітекторам, містобудівникам і дизайнерам, таким як Яків Чернихів, Іван Леонідов, Костянтин Мельников, Мойсей Гінзбург, Леонід Веснін, Володимир Татлін та ін. [8]. Але вони задали вектор творчого мислення, сформували нові естетичні підходи та критерії без яких немислимий сучасний дизайн. Вираз своїх ідей з облаштування суспільного життя, формально-естетичних символів вони втілили в тому, що ми сьогодні називаємо «паперова архітектура».

Не випадково ідеї конструктивістів і супрематистів лягли в основу формальних пошуків під час становлення архітектурного бюро «OMA». Один з його організаторів, Рем Кулхаас, відвідавши СРСР у 80-ті рр. XX ст. для вивчення креслень і проектів конструктивізму, побудував свою проектну стратегію на запозиченні естетики «напруженого простору» Івана Леонідова [8]. Дійсно, радянська архітектурна діяльність минулого століття формувалася в дуже своєрідних умовах, що відрізняються від умов, характерних для інших розвинених країн Європи і Америки. Проте саме в драматичній, а часто жахливо трагічній атмосфері глибокого соціального зламу могла сформуватися концепція нестримної просторової експансії, ідеологічне підґрунтя якої не мало вирішального значення, було переосмислено наступними генераціями митців модернізму та постмодернізму в сучасному контексті.

Появу «паперової архітектури» пов'язують з венеціанським архітектором, художником і гравером, що працював у середині XVIII ст. в Римі, Дж.-Б. Піранезі [1]. Надалі цей напрямок знайшов нові форми і вийшов у світ як прояв постмодерністських настроїв в роботах Олександра Бродського, Іллі Уткіна, Михайла Бєлова і Максима Харитонова [6]. Реалізація їх ідей як архітектурних об'єктів не передбачалася, тому архітектори вирішували тільки художньо-формальну сторону своїх творів, частково висловлюючи їх графічними символами. Тут, мабуть, слід провести кордони, що розрізняють існування «паперової архітектури» і концептуального проектування. Певно, концептуальність передбачає зв'язок із навколишнім світом, має тенденцію бути втіленою в життя через енну кількість часу. Концепт завжди формується на основі аналітичної роботи, оцінки навколишнього світу, пошуку співмасштабності існуючого контексту середовища. З позицій проектування це є не чим іншим, як передпроектним дослідженням, тобто передумовою реального існування вироблених ідей, що хоча і простежується рельєфно на матеріалі архітектури, але має загально-методичне значення і в дизайні.

Акумуляція концептуального задуму протягом тривалого часу є основою багатьох ідей архітектора Седріка Прайса. Значна кількість аксіом сучасного дизайну, таких як – тимчасовість, мобільність, доступність, варіабельність, вироблені ним у 1960-70-ті роки в проектах «Fun palace», «Inter-Action Art Centre», «Potteries Thinkbelt» [3].

Тому варто розглядати концептуальний аспект в архітектурі та дизайні як фактор якісної аналітичної роботи та переосмислення процесу життєдіяльності людини і суспільства. Не можна, щоб пошук нових ідей здійснювався тільки заради пошуку. Специфіка архітектури полягає в тому, що в ній превалює не зображальне, але творче начало. Разом з тим слід нагадати, що саме архітектурний образ в його дизайнерському аранжуванні та конкретизації визначає алгоритми стилістичного процесу, значно впливаючи і на образотворчу сферу.

У світі існує безліч прикладів поєднання концептуальності та предметності (музей Гуггенхейма в Більбао Френка Гері, Художній музей Граца в Австрії Пітера Кука та ін.). Всі вони були створені як результат аналізу та інтерпретації широкого кола завдань, після яких слід

підкреслити етап синтезу матеріалу, накопиченого в ході творчого пошуку. В цьому і полягає та концептуальна категорія, яка називається «творчий метод». Використання віртуальних моделей із застосуванням комп'ютерних технологій прискорює цей процес в рази, але не дозволяє процесу проектування перетворюватися виключно на маніпулювання з формами і простором [6].

Стратегія розвитку дизайну сьогодні багато в чому визначається навчальним процесом майбутніх фахівців. Навчання адекватному поєднанню традицій професіональних шкіл і сучасними тенденціями в проектуванні є найголовнішим соціокультурним завданням у підготовці дизайнера, як носія певної системи цінностей. Дизайнер і архітектор, будучи професіоналом у створенні предметно-просторового середовища, несе особливу соціальну відповідальність за виконану роботу. Саме тому хід навчального процесу повинен давати повне уявлення про кінцевий результат проектування як втілення концепт-ідеї. Всі стадії навчального проекту представляються завершеними, коли крім концептуально змодельованої ідеї є етапи реалізації її в життя. В іншому випадку те, що називається «концептуальним дизайном», втрачає будь-який сенс [7].

Комплексне вирішення поставлених завдань визначає єдність проектованих рівнів і дає можливість отримання єдиної концепції від міського середовища до житлової квартири. Багато в чому навчальний проект є фантазійним, відтак отриманий образ стає ідеєю-антиподом існуючого міського середовища. Рефлексивний етап втілюється в проектних стадіях, що дає можливість висловлювати їх професійною графічною мовою. Визначення формотворчої концепції майбутнього розвитку дизайну середовища є надзвичайно важливим саме в тому контексті, що визначає кінцевий результат не як серію картинок з віртуального тривимірного моделювання, а як стадію ескізного конструювання.

***Література*:**

1. Дизайн: иллюстрированный словарь справочник / под общ. ред. Г.Б. Минервина, В.Т. Шимко. Москва: Архитектура–С, 2007. 285 с.

2. Даниленко В.Я. Дизайн: підручник. Харків: ХДАДМ, 2003. 320 с.

3. Наумов В.П. Основы проектной деятельности: учеб. пособие / под ред. В.Д. Симоненко. Магнитогорск: Изд-во МаГУ, 2001. 153 с.

4. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Москва: МГАЛП, 1996. 254 с.

5. Пресс М., Купер Р. Власть дизайна. Ключ к сердцу потребителя. Минск: Гревцов Паблишер, 2008. 352 с.

6. Рунге В.Ф. Основные теории и методологии дизайна: учеб. пособие. Москва: МЗ-Пресс, 2001. 252 с.

7. Чернышев О.В. Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна. Минск: Харвест, 2006. 309 с.

8. Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. Москва: Галарт, 1995. 424 с.

Алдошина Анастасія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ПРИНЦИПИ ПРОЕКТУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ

Наш будинок – це наша власна комфортна зона. Тут ми все добре знаємо, прекрасно орієнтуємося. Ми можемо пересуватися по будинку навіть з заплющеними очима або в темряві, без проблем долаючи будь-які перешкоди.

На жаль, звичайний будинок може виступити перешкодою для людини з обмеженими можливостями. Для комфортного перебування у власному житлі інваліду необхідно створити середовище без бар'єрів, щоб було під силу виконання більшості побутових завдань.

За даними Державної служби статистики України людей з обмеженими можливостями становить більше 2,8 мільйонів. Це становить 6,1% від загальної чисельності населення. Кількість інвалідів в нашій країні щороку зростає. Майже 80% інвалідів в Україні – це люди працездатного віку [1].

При проектуванні дизайну інтер'єру і розміщенні меблів з урахуванням потреб людей з обмеженими можливостями необхідно керуватися ергономічними параметрами, доступними для людей, що користуються кріслами-колясками, людей, що використовують допоміжні опори, людей, що користуються допомогою собаки-поводиря, людей з дефектом зору, які орієнтуються навпомацки, людей літнього віку.

При проектуванні дизайну нам потрібно враховувати специфічні особливості інвалідів з ураженим опорно-руховим апаратом. Серед них слід виділити дві підгрупи: інваліди, які використовують при пересуванні різні пристосування для ходьби і крісла-коляски. Вони відчувають труднощі в пересуванні, русі по складному маршруту і в затісному просторі, в подоланні різних перешкод у вигляді сходів, порогів і т.п., в користуванні балконами, лоджіями, звичайними меблями та обладнанням.

Для початку потрібно розширити простір, щоб можна було пересуватися без перешкод. Всі дверні прорізи повинні бути розширені мінімум до метра, а коридори по всій квартирі повинні бути не менше ста п'ятнадцяти сантиметрів – в іншому випадку не буде можливості вільно пересуватися по квартирі. Не варто забувати і про прохід біля ліжка, ширина якого теж повинна становити не менше метра.

Середовище для людей з обмеженими можливостями повинно бути не тільки вільним та зручним, а ще й безпечним. Так потрібно прибрати всі зайві меблі, обладнати приміщення спеціальними поручнями та обладнанням. В приміщені не повинно бути килимів, підстилок або будь-чого, що зможе перешкоджати вільному пересуванню людини з обмеженими можливостями.

Для максимальної безпеки потрібно згладжувати кути, робити меблі міцнішими, підбирати форму і розміри згідно індивідуальності людини з обмеженими можливостями. Також в шафах встановлюються спеціальні пантографи та конструкції, що забезпечуються самостійне легке обслуговування. Не потрібно забувати і про пороги або перепади висот в квартирі – їх потрібно згладжувати або зовсім прибирати. Якщо їх не вдасться прибрати, то вони не повинні бути вище тринадцяти міліметрів.

Санітарно-гігієнічні вузли потрібно поєднувати в одне приміщення та обладнувати спеціальними поручнями та сидіннями. Потрібно забезпечити вільне місцем для інвалідного візка або опори для вільної пересадки на спеціальне крісло в душовій кабінці, вільної пересадки з візка на унітаз. Двері повинні відкриватися назовні.

Рекомендована висота умивальника така, щоб під нього могла в'їхати коляска. Нижній край дзеркала і електричного приладу для сушіння рук, рушник і туалетний папір розташовуються на такій же висоті. На підлозі не повинно бути калюж, а саму підлогу потрібно зробити не слизькою. Для людини на візку навісні меблі повинні розміщуватися нижче, ніж для здорової людини.

Не менш важливий при проектуванні інтер'єру облік вимог інвалідів з дефектом зору. Незрячі, у яких не порушено антропометрична будова організму, користуються тростиною, це збільшує габарити звичайних людей. Для них особливого значення набуває, при проектуванні, система додаткових орієнтирів. В дизайні інтер'єру для людей з вадами зору потрібно уникати колон, стовпів та інших перешкод. Перед дверима рекомендується рельєфне покриття, матове покриття поверхонь, без блиску. При влаштуванні штучного освітлення рекомендується комбінована система загального і місцевого освітлення. Світильники повинні мати невеликі розміри, можливість зміни висоти і напрямку світлового потоку, жорстке кріплення до основи.

Люди з вадами слуху за своїми антропометричними характеристиками близькі до здорових людей. Однак вони не можуть просто так орієнтуватися і тому в будівлях і спорудах необхідно враховувати цілий ряд вимог до пристрою додаткової візуальної і світловий інформації, а також електроакустичних пристроїв. Для полегшення орієнтації людей з вадами слуху необхідно передбачати звукопоглинальні поверхні.

Отже, на сьогодні проблеми людей з обмеженими можливостями є дуже актуальними не тільки в Україні, а й в цілому світі. Завдання дизайнерів інтер'єру та архітекторів зробити якомога кращим пересування та життя в цілому для людей з обмеженими можливостям. Не обов'язково придумувати складні форми та дизайни, достатньо дотримуватися правил, зробити житлові приміщення просторими та безбар'єрними. Для створення комфортного середовища, що дозволяє людям з обмеженими можливостями та людям похилого віку відчувати себе комфортно і безпечно.

Література:

1. Ткаліч О. Працевлаштування людей з інвалідністю в Україні: формальність і реалії // Журнал соціальної критики «Спільне». 2016. URL: https://socportal.info/2016/09/28/pratsevlashtuvannya-lyudej-z-invalidnistyu -v-ukrayini-formal-nist-i-realiyi.html.

Андросюк Денис, *студент магістратури НАКККіМ*

ВИДИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ

Сучасна реклама один з найважливіших засобів впливу на свідомість громадян, тому її дослідження є актуальним як для суспільства в цілому, так і для його інституцій. Мета – описати в цілому види реклами та виокремити авторів, які займаються даною проблематикою.

За висловом відомого вченого Р. Сапенька: «реклама є найважливішим культурним феноменом, оскільки в ній у концентрованому вигляді зустрічаються проблеми, пов'язані з транскультурністю: глобалізація і локальність, естетизація, популяризація, стереотипізація, міфологізація».

Традиційні дослідження визначають декілька видів реклами в залежності від її носія на якому вони представлені: зовнішня та стендова, транзитна, пересувна та територіальна; друкована та поліграфічна; реклама в газетах і журналах, сувенірна та поштова, реклама на телебаченні та радіо, кінореклама.

А от класик теоретичних основ реклами Ф. Аренс пише про чотири види, серед яких товарна, нетоварна; комерційна та не комерційна. Розрізняють й види, пов'язані з метою реклами, такі як бізнес-реклама та імідж-реклама, політична та суспільна реклама, яка представляє певне позитивне явище.

А головне, виокремлюють рекламу за видами впливу на споживача: інформативна та анонсуюча, переконувальна та стимулююча реклама, які мають ефект повторювальності у засобах масової інформації – у газетах і журналах; радіо, телебачення, Internet тощо.

Одними із цікавих досліджень є роботи Ю. С. Бернадської. Вона поділяє рекламу на сегменти – реклама, яку надають виробники і торгові посередники; реклама яку подають державні установи та соціальні прошарки, і навіть приватні особи; реклама, яку подають політичні партії та соціальні інституції. Вона вирізняє й види реклами за спрямованістю на аудиторію – чітко адресована і масова; широкого охоплення аудиторії – регіональна, загальнонаціональна, міжнародна. Особливо виділено рекламу за способами впливу на органи чуття людини: зорова, слухова, зорово-слухова – тобто теле-, кіно- та відеореклама.

Окремо Ю. Бернадська виділяє рекламу у засобах масової інформації, це так звана, «пряма реклама» у пресі, радіо, телебачення, кіно і «непряма» – творча реклама, яка створюється спеціальними установами із запрошення професійних рекламістів, авторів, акторів, співаків тощо.

Отже, серед основних видів реклами виділяють: некомерційну рекламу, яка поділяється на соціальну, політичну та суспільну; комерційну та імідж-рекламу, і окремо – аудіовізуальну рекламу в засобах масової інформації.

Література:

1. Аренс У., Бове К. Современная реклама. Москва: Эксмо, 2010. 880 с.
2. Бернадская Ю. С., Марочкина С. С., Смотрова Л. Ф. Основы рекламы. Москва: Наука, 2005. 281 с.
3. Заря С. В. Мистецько-видовищна телевізійна реклама в національно-культурному просторі сучасної України XXI ст.: автореф. дис. … кандидата мистецтвознавства: 26.00.01. Київ, 2018. 28 с.
4. Сапенько Р. П. Реклама як транскультурний феномен: автореф. дис. … доктора філос. наук: 26.00.01. Київ, 2008. 20 с.

Бохоновська Анастасія, *студенка магістратури НАКККіМ*

ОСНОВИ ОСВІТЛЕННЯ В ЗАКЛАДАХ ХАРЧУВАННЯ

У будь-якому приміщенні освітлення відіграє ключову роль в інтер'єрі і облаштування комфортного проведення часу. Особливо велике його значення в громадських місцях – ресторанах, кафе і барах, куди люди приходять відпочити і цікаво провести час.

Варто зазначити, що освітлення ресторану або кафе відрізняється від барів, що обов'язково необхідно враховувати при плануванні.

Перш ніж приступити до підбору світильників, необхідно врахувати рівень природного освітлення. Вікна – невід'ємна складова більшості ресторанів, за винятком тих небагатьох барів, які розташовані в напівпідвалах. Якщо приміщення зали невелике, то вдень природного світла буде

цілком достатньо. У великих банкетних залах столики, які стоять далеко від вікон, опиняться в тіні. Їх варто освітити окремо за допомогою бра або верхнього світла, що буде включатися окремо від інших освітлювальних систем у залі [1, с. 151].

Ресторан, як і кафе, має на меті створення для людей теплої, цікавої і комфортної атмосфери [4, 121]. Провідну роль відіграє світло та освітлювальні прилади. Завдяки правильній розстановці світильників і організації необхідного рівня світлового потоку за нормами ДБН, в ресторані або кафе можна створити: невимушену атмосферу; відчуття гостинності і комфорту; підсвічування цікавих елементів в інтер'єрі; виділити зони в приміщенні.

У багатьох ресторанах використовується зональне підсвічування окремо для бару і столиків. Наприклад, для столиків можна зробити більш яскраве освітлення, а над барною стійкою приглушити. У барах освітлення практично завжди темне і приглушене.

За допомогою освітлення можна до певної міри компенсувати недоліки дизайнерського оформлення або архітектури приміщення в цілому. Добре створена атмосфера всередині ресторану або кафе спонукатиме у відвідувачів жвавий інтерес і стійке бажання не один раз повернутися.

Державні будівельні норми (ДБН) – нормативно-правові акти, затверджені центральним органом виконавчої влади з питань будівництва та архітектури представляють собою документ, який регламентує норми освітленості в будь-яких приміщеннях. ДБН містить в собі мінімальні норми по рівню освітленості, при яких людина відчуватиме себе комфортно. Тому важливо знати норми при організації освітлення в кафе і ресторанах. Інакше можна зіпсувати навіть самий вдалий інтер'єр [2, с.31].

Провести необхідні розрахунки потрібного світлового потоку для ресторану можна за допомогою спеціальної програми або самостійно. Сьогодні для ресторанів дуже часто використовується світлодіодне освітлення, так як воно економічне з точки зору споживання електроенергії.

У ресторані існують як службові приміщення (кухня, комора тощо), так і зали для відвідувачів. Для кожного приміщення тут існують свої норми ДБН. Крім цього слід враховувати плафони світильників, так як вони бувають прозорими і матовими. А це обов'язково впливає на інтенсивність світлового потоку. Якщо використовується світлодіодне освітлення, то рекомендується брати матові плафони для створення більш м'якого і приглушеного світла.

Беручи до уваги всі ці нюанси, можна без проблем розрахувати потрібний рівень світла [5, 33]

У ресторанах рекомендується створювати системи освітлення, що складаються з різних рівнів підсвічування. Вона може мати такі цільові рівні:

• загальне. Створює люстра;

• акцентне. Формують настінні бра, які можна встановити над кожним столиком. Таким чином можна виділити особливо вдалі елементи інтер'єру;

• технічне. Використовується в підсобних і складських приміщеннях;

• робоче. Застосовується для підсвічування кухні;

• аварійне. Щоб в екстреній ситуації і при відключенні основного освітлення люди могли швидко і безперешкодно покинути будівлю ресторану.

У залі, де знаходяться відвідувачі, використовуються перші два рівня підсвічування (загальне і акцентне). Освітлення ресторанних залів середніх розмірів може бути найрізноманітніше і повністю залежить від стилю закладу. Багато дизайнерів сходяться на думці, що в таких залах буде доречна стельова люстра в центрі. Для кафе в сільському стилі можна обрати тканні абажури, у пабах часто використовують підвісні ліхтарі, а в молодіжному барі добре буде виглядати підвісна конструкція з поворотними світильниками. Але останнім часом оформлювачі закладів громадського харчування все частіше відмовляються від центрального світильника, вважаючи за краще виділяти кожен столик окремо. Це може бути маленька настільна лампа, яка створить атмосферу затишку, бра або настінний світильник над столом. Таке освітлення використовують і в окремих кабінках великих ресторанів. А от пластмасові підвіси веселих кольорів над столиками дуже добре підходять для столових і фаст-фудів. Освітлення в ресторанах безпосередньо залежить від того, в якому стилі буде оформлено приміщення [3, 221].

Література:

1. Інженерне обладнання будинків і споруд природне і штучне освітлення // Державні будівельні норми України.

2. Олійник В. С. Довідник сільського електрика, 1989. (3-те видання) 264 с.

3. ДСТУ 2843-94. Електротехніка. Основні поняття. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-01. Київ: Держспоживстандарт України, 1995. 65 с.
4. Сібаров Ю. Г. и др. Охорона праці в обчислювальних центрах/ Москва: Машинобудування, 1990. 192 с.: Іл.
5. Айзенберг Ю. Б. Справочная книга по светотехнике. (2-е изд). Москва: Энергоатомиздат, 1995. 528 с.

Горова Даша, *студенкта магістратури НАКККіМ*

СТРАТЕГІЯ ПРОМОЦІЇ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВИДАВНИЧОМУ РИНКУ

Вибір, розроблення і реалізація стратегії – індивідуальне завдання та мета, що налаштовує до праці на основі оригінальних ідей, використання і розвитку своєї унікальності, що значно вигідніше, надійніше, ніж дублювати, наслідувати, копіювати когось, бути завжди другим і безликим.

Як правило, копіюють сегмент ринку (вид продукції**),** тему, структурні і стильові рішення, дизайн, фрагменти тексту, відносини з авторами, комунікаційні методи, дистрибуційні технології, що дає короткочасні результат та може задовольняти потреби, інтереси споживачів. Зважившись на такий крок видавництво, стає залежним від однієї стратегії. За ним закріплюється неприйнятний для ділового середовища імідж імітатора, який переслідуватиме його, навіть якщо воно змінить свою ділову поведінку.

На думку О. Андрєєва бізнес-стратегія зобов'язує до вибору підпорядкованих певній логіці видів діяльності, покликаних забезпечити потрібний результат: продовжувати обраний курс, розширюючи сферу, нарощуючи потенціал діяльності; використати нові можливості (потреби) і здобути нові позиції на ринку; пристосуватися до обставин; захистити освоєну ринкову нішу від вторгнення конкурентів; припинити невигідну діяльність і зайнятися пошуки чи створенням нових можливостей; вступити в суперництво з видавництвами в освоєних ними нішах ринку чи за будь-яких обставин уникати зіткнення з ними тощо [1, 151].

Як зазначає Голубков Є., формують, коригують стратегії вже після дослідження самого ринку, конкуренції і конкурентів, споживачів і їхніх потреб, інвентаризації власних компетенцій і потенціалу їхнього розвитку, ідентифікації шансів, можливостей. Головне при цьому – бачити і використовувати недоступні конкурентам ключові фактори успіху, формувати, підтримувати, розвивати завдяки цьому конкурентні переваги, потугу для успішної конкурентної боротьби на освоєних ринках і опанування нових [2, 137].

Ф. Котлер виділяє такі види стратегій на ринку: оборонні, наступальні, партизанські [3, 256].

Оборонні (захисні) стратегії. Вибір їх – право, можливість лідерів, тих, хто першим освоїв ринкову нішу або виборов основну її частину в конкурентів. Оборона створює передумову для максимальної реалізації здобутих можливостей. Необхідність її продиктована намаганням інших учасників ринку скопіювати дії лідера і завдяки цьому потіснити його позиції або витіснити з ринку. Це зумовлено високим попитом, товарними і фінансовими потоками.

Найкращим захистом від конкурентів-послідовників, імітаторів є такі форми маркетингової активності:

– атакування власних позицій. Сутність цієї стратегії полягає у постійному оновленні пропозиції (своєї продукції) за такими параметрами, як тематика, споживча цінність, ціна, дизайн, художнє оформлення, які спричинюють «старіння» раніше випущених видань, створюють на ринку ефект новизни, приємно дивують Цільових споживачів, виводять пропозицію, попит на новий і на певний час недосяжний для конкурентів рівень. При цьому якусь частину ринку лідер може втратити, можливе також деяке погіршення економічних показників, однак суттєво підірвати його позиції важко. Ті, хто гнатиметься за ним, акцентуватимуть на силі лідера і власній безликості, інтелектуальній і креативній немічності;

– блокування сильних дій конкурентів. Доцільніше підсилити значущість власної пропозиції або вдарити за наявності передумов по пропозиції конкурентів. Як відомо, ареною боротьби є сприйняття, а засобом – реклама і все, що прирівнюється до неї.

Найважливіше для оборонної стратегії – не стояти на місці, а маневрувати, знаходити слабкості в силі тих, хто наступає, і контратакувати вмілими діями, влучними словами.

Наступальні стратегії. До них вдаються маркетингові послідовники, претенденти на лідерство. Невисокий прогностичний, проективний, креативний потенціал не дає їм змоги самостійно побачити незайняті ринки, спрогнозувати їх появу (зародження, формування нових потреб), створити їх, запропонувати оригінальні видавничі розробки. Амбіції підштовхують їх до боротьби з лідером на основі аналогового маркетингу – уподібнення до нього, наслідування, запозичення, доопрацювання, інтерпретації його ідей, переманювання авторів, навіть крадіжок текстів.

Найбільш результативною стратегією є пропозиція значно цікавішого, кориснішого видання у тих параметрах, де лідер працює недосконало.

Стратегії наступу на флангах. Змістом їх є досягнення результату без прямого зіткнення із конкурентом. Характерними рисами такої стратегії є [3, 302]:

- спрямованість на незайняті ринкові території;
- використання тактичних (видавничих) сюрпризів;
- опора на успіх. Здобувши незайняту позицію (нішу ринку), необхідно максимально використати свою силу, поки конкуренти ще цього не побачили, не осмислили і не роблять спроб поборотися там за свої інтереси.

За таких умов бажаний результат забезпечать сильні асортиментні позиції та інтенсивна реклама, що зумовить зростання попиту щодо друкованої продукції на видавничому ринку.

Література:

1. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. Москва: Инфра-М, 1997. 250 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования : теория, практика и методология. Москва: Изд-ство Финпресс, 2003. 496 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга.Новосибирск: Наука, 1992. 736 с.

Дударець Андрій, *студент магістратури НАКККіМ*

ЕЛЕМЕНТИ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ДЕКОРАТИВНОЇ РОСЛИННОСТІ

Зростаюча ступінь урбанізації призводить до того, що міське середовище все більше насичується антропогенними факторами і стає все більш штучним та дискомфортним для людини. Для психологічного стану сучасної людини, життя якої часто обмежене рамками міста, дуже важливим є «відчуття місця» – зв'язок з тими природними ландшафтами, які її оточують. Все це вимагає розробки нових підходів до оформлення внутрішньо-міського простору. І в цьому велику роль відіграють рослини.

Загальною метою архітектурно-ландшафтної реконструкції міста стає екологічна оптимізація і оздоровлення міських просторів з урахуванням їх функцій і структурної організації за рахунок використання біопозитивних і композиційних можливостей рослин як найважливіших природних складових ландшафту.

У зв'язку з цим основні завдання ландшафтних архітекторів: сформувати гармонійне, оптимальне для життя людини внутрішньо-міське середовище, пом'якшити вплив несприятливих факторів, пов'язаних з урбанізацією, створити штучне середовище, наближене до природного, використовуючи різноманіття рослин.

Для вирішення цих завдань використовуються взаємопов'язані ландшафтні компоненти – рельєф, ґрунти, акваторії і особливо рослини.

Зупинимося на докладній характеристиці найбільш важливих функцій рослин при формуванні внутрішнього середовища міст і характеристиці особливостей рослинного матеріалу.

Найбільш відомі кліматорегулююча і оздоровлююча функції рослин в місті. Багато авторів, відзначаючи роль рослин в оптимізації внутрішнього середовища, підкреслюють їх здатність очищати повітря, знижувати рівень шуму і загазованість тощо.

Важливу роль відіграють рослини в поліпшенні психологічного стану людини. Створення яскравих барвистих акцентів з квіткових композицій додає фарб в сірий фон вулиць, різноманітна форма крон дерев і чагарників порушують агресивну прямолінійність міської забудови.

При створенні регіонального «обличчя» міста особливу роль відіграють рослини місцевої флори, які дають можливість відтворення в умовах населеного пункту «шматочків» рослинних угруповань, характерних для тієї чи іншої місцевості, що послужить сполучним елементом між ландшафтами населеного пункту і оточуючими природними ландшафтами.

Використання ландшафтним архітектором рослинного матеріалу дає можливість створити об'ємно-просторову композицію міста, цілісний архітектурно-ландшафтний комплекс. Вміле використання рослин дозволяє об'єднати суму окремих будівель в єдине ціле і гармонійно вписати їх в єдиний міський ансамбль.

Рослини є динамічним матеріалом і змінюють свій вигляд, що дає можливість подолати одноманітність міських вулиць, створити змінювані протягом сезонів року ландшафтні композиції. Мінливий і зовнішній вигляд самої рослини протягом її життя. Зовнішність молодих екземплярів по ряду ознак (розміри, висота, діаметр крони, будова листя і ін.) може значно відрізнятися від дорослих, що необхідно враховувати, використовуючи при створенні ландшафтних посадок молоді рослини, в першу чергу дерева і чагарники.

Декоративні якості рослин – це їх розміри, зовнішній вигляд, забарвлення листя, квіток і плодів. У деревних рослин декоративні властивості визначаються формою стовбура, фактурою і кольором листя, плодів, кори; закономірностями будови гілок і їх розташуванням, щільністю крони, формою, фактурою, розташуванням і забарвленням листя. Велике значення мають і загальний колорит маси квіток і суцвіть, їх розміщення в кроні.

Декоративні трав'янисті рослини більш різноманітні за забарвленням, формою і розмірами квіток і суцвіть, формою і забарвленням листя, зовнішнім виглядом, що надає широкі можливості для їх використання в різному типу ландшафту.

По декоративних якостях рослини можуть бути розділені на групи декоративно-листяних і красиво квітучих.

Основними декоративними характеристиками декоративно-листяних рослин є форма, фактура і забарвлення листя. Крім рослин, листя яких пофарбовані в зелений колір різної тональності, є рослини, для яких характерні листя сизо-блакитні, жовті, сріблясті або іншого забарвлення. Такі рослини дають можливість створювати яскраві декоративні композиції на тлі зелених однорідних посадок.

Деревні, кущові, трав`янисті рослини є особливим матеріалом для створення ландшафтних об'єктів, використання якого з урахуванням функціональних можливостей і особливостей надасть можливість оптимізувати середовище проживання людини, зробити її більш комфортною.

Кацевич Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ПРОСТОРУ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО ЖИТЛОВОГО БУДИНКУ

В сучасних умовах життя гостро постає питання збереження енергії. За різними експертними оцінками запасів основних джерел енергії (нафти, газу і вугілля) в світі залишилося максимум на 100 років. До 40% вироблюваної в Європі енергії використовують приватні будинки. Саме тому використання відновлюваних джерел енергії та забезпечення максимальної енергоефективності житлового будинку нині є актуальними.

Розглянемо загальні принципи проектування простору енергоефективного житлового будинку: вибір енергозберігаючої форми будівлі і його правильна орієнтація по відношенню до сонця; ефективна теплоізоляція будинку, конструювання без «мостів холоду»; застосування енергоефективних конструктивних елементів; застосування інженерних систем використання і

перетворення енергії поновлюваних джерел (теплові насоси, сонячні колектори, фотоелектричні установки, вітрові генератори, приливні ГЕС та ін.); взаємозв'язок між конструктивними рішеннями дому та інженерними системами для досягнення високого рівня енергозбереження; застосування механічної припливно-витяжної вентиляції для забезпечення нормального повітрообміну при установці герметичних енергоефективних вікон; пасивне використання сонячної енергії; ефективна система контролю над інженерними системами (теплові лічильники і термостатичні вентилі, лічильники гарячої води і т. д.); комп'ютерна система управління і обліку тепло-, і енергопостачання будинку, робота якої заснована на математичному моделюванні теплового балансу з урахуванням фактичного енергетичного впливу зовнішнього клімату і внутрішніх тепловиділень; використання енергозберігаючого обладнання та матеріалів. Результат застосування даних рекомендацій легко побачити за допомогою енергоаудиту.

Опалення. У будинку з великою кількістю приміщень, що мають різну орієнтацію, враховується нерівномірність впливу сонячного випромінювання, а також протилежний вплив (швидкість і напрям вітру) зовнішнього середовища. Тому опалювальна система цього будинку розділена на самостійні зони відповідно до орієнтації по сторонах світу (особливо на північну та південну).

Ізольований тепловий контур будівлі насамперед забезпечує мінімальні теплові втрати будівлі, за рахунок ефективної ізоляції та енергоефективних вікон. Буферні зони (мобільні житлові зони на південній стороні, теплиці) за рахунок механізму нагріву-тепловіддачі-охолодження дозволяють взимку економити електроенергію на опалення за рахунок власної теплової віддачі в житлові приміщення безпосередньо (тепловіддача стін) або через систему вентиляції між приміщеннями.

Вентиляція. Природна вентиляція здійснюється за рахунок охолодження буферних зон (мобільні житлові зони на південній стороні, теплиці) які влітку нагріваються вдень, охолоджуються вночі, не даючи нагріватися внутрішнім приміщенням. Також застосовується механічна вентиляція, що складається з двох систем провітрювання. Перша заснована на застосуванні пристроїв, які відкривають і закривають стулки вікна механічно (за допомогою електроприводу). Друга система передбачає застосування припливних пристроїв-клапанів, вбудованих в віконну конструкцію, які забезпечують безперервний потік свіжого повітря – так зване мікропровітрювання. Ця система дозволяє постачати приміщення повітрям з вулиці навіть при закритому вікні.

Кондиціювання. Застосовуються центральні кондиціонери. Від центральних кондиціонерів повітря подається в приміщення по вентиляційним каналам, протяжність яких може становити 60-70 м. Енергетична ефективність даних кондиціонерів – близько 70%.

Рекуперація тепла. Рекуператор – це спеціальне обладнання, яке дозволяє нагрівати припливне холодне повітря за рахунок тепла відпрацьованого повітря приміщень. Енергетична ефективність теплообмінників досягає 60%.

Використання енергоефективного обладнання та матеріалів.

1. Енергозберігаючі вікна. Вікна впливають на комфорт набагато більше, ніж інші частини будинку через свій низький тепловий опір до теплопередачі і високу здатність передавати сонячне випромінювання. У зимовий період холодне віконне скло охолоджує повітря біля своєї поверхні, змушуючи його опускатися донизу і цим створюючи холодні конвекційні течії. *Енергозберігаючі віконні конструкції* – це вікна з додатковим напиленням або заповненням одного з пакетів скла газом (аргоном) їх опір до теплопередачі складає більше ніж 0,75 м2 К/ВТ. Використання віконниць-жалюзі знижує теплові віддачі через вікна на 70%.

2. Освітлення. Технологія COB (Chip On Board). Лампи вироблені з використанням COB технології нагріваються менше, забезпечуючи стабільну світловіддачу і тривалий термін служби. Для максимальної енергоефективності необхідно використовувати високоякісні енергозберігаючі лампи.

3. Використання побутової техніки зі зниженим енергоспоживанням.

4. Економічна сантехніка. Унітаз із двома режимами зливу (повним і економічним) економить приблизно 15 літрів води на день для сім'ї з 3 чоловік. Таким чином, за рік можна зберегти 5400 л води.

5. Ще один варіант економії – душова насадка з вбудованим аератором, який збагачує струмінь повітрям. Вона дозволяє обмежити витрати води в три рази без втрати обсягу та якості струменя.

Проектування простору енергоефективного будинку – нині дуже актуальне та важливе питання, яке потребує подальшого вивчення.

Ковальський Іван, *студент магістратури НАКККіМ*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ЕКОЖИТЛА

Сьогодні, коли планета піддається щоденній техногенній небезпеці, все більше людей піклуються про екологію, що виражено в їхніх підходах до забудови, вибору матеріалів, використання природних ресурсів для функціонування тієї чи іншої системи. Одна з можливостей вирішити проблему і внести свій внесок у турботу про планету - це максимально підійти до використання екожитла. Що представляє з себе екожитло?

Екобудівництво – це використання сучасних технологій, економія ресурсів та, що є найважливішим, застосування натуральних матеріалів, які при взаємодії з навколишнім середовищем, не завдають якої-небудь шкоди у будь-якій формі. Екозабудови можуть виглядати дуже красиво, відповідати вимогливому архітектурному смаку, підкреслювати етнокультурні складові або навіть імітувати зовсім інші матеріали, але проте їх зведення не завдає шкоди навколишньому середовищу.

Турбота про природу в таких типах житла виражається, насамперед, в економії енергії. Як це відбувається: коли є чіткий архітектурний план, об’єктом якого є екожитло, в систему опалення, систему энергоподач підключається сонячна енергія, яка часто виходить через спеціальні сонячні батареї. Такого роду економія енергії значно знижує навантаження на міські станції, робить їх не такими небезпечними для екології, зменшуючи при цьому отруйні виділення при виробленні електроенергії.

В екожитлі використовуються поновлювані джерела енергії гарячої води та опалення: вітрогенератори, геотермальні насоси, або сонячні фотоелектричні системи. Надлишки енергії збираються в накопичувачах, щоб згодом використовуватися для обігріву житла.

В ідеалі для всіх систем життєдіяльності екобудинків все частіше поширено використовувати саме замкнуті, без зв’язку з зовнішніми джерелами.

Варто так само відзначити, що це знижує витрати мешканців на комунальні послуги, що зараз являється проблемою економічного рівня країни, але вартість такого будинку буде в два рази більше, ніж звичайного, з цього експлуатація єкожитла може бути досить дорогою.

Коли концепція будинку готова і забудову розпочато, важливо правильно розташувати будинок по відношенню до сонця. Це виграшно в тому випадку якщо архітектура має велику кількість вікон. З цього проект екобудинку створюється на основі таких вимог:

1) створення простого і енергоефективного дизайну будівлі;

2) облаштування пасивної системи кондиціонування і обігріву;

3) застосування екологічно чистих будівельних матеріалів;

4) використання альтернативних джерел енергії;

5) повна автоматизація всіх інженерних систем;

6) створення енергоефективного планування будинку, тобто мінімальна кількість вікон, що виходять на північну сторону.

Найчастіше, у проектних роботах з будівництва екожитла лежить використання чистих будівельних матеріалів, серед яких віддають перевагу саме глині, склу, гіпсу, цеглі, каменю, металу, кераміці та ін.

Екологічний будинок, або, як ще кажуть, «пасивний» будинок, має так само особливості дизайну самої споруди. Проаналізувавши базу аналогів, можна виділити такі особливості:

а) при створенні проектів таких будинків часто архітектори визначають їх оптимальну форму, яка дозволить створити просторе приміщення при мінімальній зовнішній площі;

б) найчастіше колір конструкцій такого будинку має білий колір, в деяких випадках зовнішні поверхні обробляються дзеркалами;

в) не менш важливим аспектом є розташування вікон. Якщо будинок має більше ніж дві спальні кімнати, кількість вікон повинна регулювати кількість приміщень у будинку для максимального використання денного світла.

Вікна, для збереження тепла в будинку, облаштовуються з двох і трикамерних склопакетів, використовуючи при цьому аргонове і криптонове наповнення. Такий підхід необхідний для того, щоб тепло, яке за денний період накопичилося всередині будинку, максимально зберегти до відновлення знову теплової подачі.

Екожитло має свою специфіку опалення, і як не дивно, на допомогу в обігріві будинку приходять всі ті ж сонячні батареї, колектори та теплові насоси. Автономна система опалення забезпечується пристроями теплих підлог, які автоматично включаються при зниженні температури нижче допустимої межі.

Система вентиляції в екожитлі встановлена спеціальним приладом, яким контролюється, визначаючи потрібну вологість і чистоту повітря – рекуператор. Суть роботи рекуператора полягає в тому, що повітря, яке виходить з приміщення, прогріває своїм теплом повітряні потоки, що входять в будинок.

При формуванні інтер'єрів в екожитлі важливим є розуміння, що екостиль найбільш використання виключно природно чистих будівельних та оздоблювальних матеріалів. Серед кольорів можна зарахувати такі, як коричневий з його багатьма варіантами, зелений, білий, жовтий, блакитний. Тони кольору можуть бути різноманітними, тільки оформлення кімнат в такому стилі має, зазвичай, бути в межах цих першорядних кольорів. Одним з важливих правил формування екостилю в інтер'єрі є дизайнерські підходи до правильного поєднання натуральних матеріалів, кольорів і фактур з інноваційними технологічними рішеннями.

Ось тому екожитло настільки актуально в наш час, коли вичерпання енергоресурсів веде до того, що людина шукає йому заміну, використовуючи при цьому інші джерела. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що формування концепції екожитла досить складний процес, при цьому кінцевий результат допоможе зберегти екологію.

Ларіна Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ МУЗИЧНОГО ГУРТУ

Створення образу, що здатен привернути увагу та зацікавити, є надзвичайно важливим кроком у творчості музичного виконавця.

Особливо це стосується молодих гуртів, котрі лише починають намацувати власний стиль. Підтримання чи оновлення образу часом стає важливою темою і для досвідчених виконавців – наприклад, у результаті творчого застою чи духовного занепаду митця, надто якщо він довгий час не давав про себе знати.

Необхідність розробки гармонійного, виваженого образу музичного альбому постає особливо гостро зараз, у добу нестримного розвитку технологій, коли вразити споживача нестандартним дизайн-рішенням доволі проблематично.

Існує достатньо джерел, де згадано різноманітні аспекти створення альбомного арту. Приміром, Ф. В. Фуртай розглядає оформлення обкладинки крізь призму синтезу мистецтв.

Крім того, важко не помітити ряд авторів, що у своїх роботах зосереджують увагу на хронологічній демонстрації показових обкладинок. Серед них, наприклад, Дж. Дрейпер, Р. Клантен, Ш. Ріверс, О. Пауелл, П. Грушкін і Д. Кінг.

Існує також безліч вартих уваги неофіційних публікацій, які розглядають процес розробки альбомної обкладинки й аспекти, що мають на неї вплив.

Недоліком згаданих досліджень є те, що вони розглядають музичну індустрію загалом, не виділяючи окремих стилів. Цю ваду компенсує Е. В. Ашбель, що у своїх працях підкреслює зв'язок дизайну обкладинок із відповідними субкультурами.

У зв'язку з цим, складно знайти публікації, зосереджені на певному жанрі; тому для визначення стильових рис потрібен аналіз творів різних музичних епох.

Метою статті є сформувати роль обкладинки як ключової частини рекламного супроводу альбому, й окреслити фактори, що впливають на не.

Масове візуальне сприйняття музичних жанрів має сформовані моделі та стереотипи, у зв'язку з чим вони залишаються впізнаваними як аудіально, так і візуально. Формування графічних тенденцій музичної течії починається з оформлення творчості відповідного гурту, але неможливо розглядати цей процес у розриві з субкультурою, де зріє система цінностей, відображена в музиці та її візуальних атрибутах. Тому стиль генерується не одним гуртом, а декількома, і найчастіше вони мають спільну аудиторію, належну до єдиного замкненого ціннісного поля певної субкультури [1].

Основоположною складовою образу музичного альбому виступає обкладинка, що підтверджується розмаїттям її функцій:

1. Обкладинка виступає обличчям альбому. За допомогою оформлення людина ідентифікує музичний альбом як твір певного жанру, та впізнає роботу своїх улюблених виконавців з першого погляду.

Серед слухачів існують як представники замкнених субкультурних явищ, так і люди, не пов'язані з локальними спільнотами. Представники субкультур – не надто чисельна частина аудиторії, та для розробки дизайну, що відповідатиме їх цінностям, художникові необхідно принаймні в них орієнтуватись або самому бути носієм даної субкультури. Варто підкреслити, що для роботи з виконавцями, твори яких орієнтовані на вузьку аудиторію, масові засоби реклами не залучаються. В цій ситуації дизайн альбому грає особливу ідентифікаційну та маркетингову роль [1].

2. Обкладинка здатна зробити рекламу альбому ефективнішою та розширити аудиторію, привабивши слухачів, які, навіть не є прихильниками жанру.

Це пов'язано з тим, що обкладинка – перша річ, яку бачить споживач, а отже саме вона може викликати його зацікавленість [2].

3. Графічне оформлення – це спосіб відобразити концепцію музичного альбому на супровідній поліграфічній продукції не менш змістовно та чітко, ніж у піснях. В результаті формується гармонійне, взаємодоповнююче переплетення образу та сутності.

Зазвичай пісні пов'язані між собою не лише композицією та змістом, але і єдиним настроєм. Обкладинка певною мірою відображає емоції музичних треків, щоб вони торкнулися потенційного слухача [2].

При виданні дебютного альбому обкладинка несе додаткове навантаження, оскільки з її допомогою новонароджений гурт заявляє про себе в оточенні безлічі конкурентів; крім того, вона відображає характерні риси гурту і заданий ним вектор розвитку, внаслідок чого формується впізнаваний образ і стиль.

Пошук індивідуальності – одна з найбільш актуальних і вагомих проблем творчої особистості. Від того, наскільки твір буде відрізнятись від оточення, залежить і ступінь уваги до роботи [1].

Отже, роль обкладинки музичного альбому спирається на декілька важливих функцій, а саме ідентифікаційну, маркетингову та концептуальну.

Можна підсумувати, що вказані функції певним чином збігаються із завданнями фірмового стилю, проте, на відміну від нього, альбомна обкладинка, по-перше, не скута заданими власноруч стандартами та шаблонами, і, по-друге, з усіх своїх функцій, перерахованих вище, здійснює ухил на концепцію, адже головне для неї – відображення ідеї альбому.

Література:

1. Ашбель Е. В. Графический дизайн обложек музыкальных альбомов: индивидуальность и общая стилистическая тенденция в единстве и противоположности. Оренбург: вестник ОГУ. 2007. №27. С. 242-247.

2. Д. Нил. Дизайн обложек музыкальных альбомов. Часть 1. URL: https://graph.company/blog/dizayn-oblozhek-muzykalnykh-albomov.

Мошенська Олександра, *студентка магістратури НАКККіМ*

МАЛІ АРХІТЕКТУРНІ ФОРМИ В ЛАНДШАФТНОМУ ПРОЕКТУВАННІ

Деталі в архітектурі – це малі архітектурні форми. Малі архітектурні форми відіграють велику роль в оформленні саду чи міського середовища. Щоб сад мав свій індивідуальний стиль, відповідав усім функціональним потребам, а вулиця була довершеною, потрібно звернути належну увагу на елементи оформлення, на так звані МАФи. На вулиці чи в мікрорайоні МАФи підкреслюють стиль архітектури, роблять середовище досконалим. Малі архітектурні форми мають не тільки практичне призначення, але і є одним з головних елементів декоративного оформлення.

Малі архітектурні форми – це конструкції, для декоративного оформлення і виконання функціонального навантаження в ландшафтному дизайні. Тобто такі невеликі будівлі, споруди та окремі конструкції, окрім привабливих зовнішніх параметрів вони мають й практичність, крім естетичного часто мають ще й функціональне призначення. До МАФ в цілому відносяться будь-які архітектурні елементи, які доповнюють ті або інші будови і навколишнє середовище.

За призначенням малі архітектурні форми прийнято ділити на:

- універсальні, котрі мають масове використання. До них відносяться урни, квіткові горщики, вуличні ліхтарі, садові лавки і так далі;
- декоративні: всілякі статуї, скульптура, фонтани, альтанки, викладені мозаїкою борти басейну, місток, перекинутий через штучний струмок – всі ці елементи є більшою мірою просто для прикраси ландшафтного дизайну;
- дитячі ігрові та спортивні тренажери малі архітектурні форми. Гойдалки, пісочниця, гірка, шведська стінка.

Альтанки – один з найпопулярніших елементів садового дизайну, так як всім нам приємно зустрічати у себе гостей і насолодитися відпочинком в саду за приємною бесідою. Що стосується моделі садової альтанки, то на даний момент вибір форми і стилю їх дуже великий – круглі, шести і восьмигранні, овальні, ажурні закриті альтанки, прості і невигадливі, в стилі сільського будиночка або у вигляді китайських пагод або японських чайних будиночків. Для кожної ділянки ландшафтного дизайну підбирається своя модель альтанки, тут все залежить тільки від ваших фінансових можливостей. У наш час мода на дачні альтанки випробовує новий підйом. Рідкісна дачна ділянка обходиться без маленького прихованого від сонця і дощу містечка. Павільйони і навіси, «грибки» і столики в тіні саду незмінно служать своїм господарям, але кращою серед цих будівель залишається класична дерев'яна альтанка. Дерев'яна альтанка створить не тільки затишок на ділянці, а й дасть довгоочікувану прохолоду в спекотний літній день, чого складно домогтися в альтанці з каменю або металу.

Лави саду займають важливе місце. Вони можуть стати і місцем усамітнення, і місцем збору людей, і просто елементом декору. Вона повинна бути зручною, доречною і сильно не відрізнятиметься від всього комплексу споруд. Іноді лави встановлюють серед щільних насаджень дерев і чагарників, серед лісового масиву, вздовж паркових алей. Матеріал виготовлення також досить різноманітний, може бути і металева куванна, і дерев'яні елементи, комплексне використання матеріалів.

Пергола – це такі алеї, що мають перекриття у вигляді балок (шпалер) зверху. Ще за часів античності використовувалися опори для витких рослин, це був найчастіше виноград. Вони служили місцем відпочинку. Пергола була широко популярна і в дев'ятнадцятому столітті в Англії. Потім цей елемент дійшов і до наших присадибних ділянок. Крім того, вона чудово підходить для створення затіненій. Під нею утворюють майданчики для укриття від палючих липневих сонячних променів, в якій можна чудово провести годинни спеки.

Скульптурні фігурки. Навіть найменший сад можна перетворити на витвір мистецтва. І установка фігури, фонтану або сонячного годинника – це поширений спосіб надати простору трохи аури і загадковості. Скульптурний об'єкт буде приковувати до себе увагу, стаючи якоїсь опорною точкою, яка задає настрій і взаємозв'язок з рослинним оточенням. Прості прикраси часто

виробляють більше враження, ніж громіздкі, що рясніють дрібними деталями. Сильні елементарні форми роблять гарні акценти, коли встановлені серед рослин. Контрастує колір і формв. Важливий і масштаб скульптур. Статуї не повинні бути такими маленькими, що їх не помітять, або такими великими, що вони пригнічують навколишні рослини.

Ліхтарі і світильники завжди не тільки служили для освітлення, але і відігравали роль декоративних елементів того або іншого архітектурного стилю. Тому не дивно, що і сьогодні вони є складовою частиною ландшафтного дизайну.

Деталі в архітектурі відіграють важливу роль в прикрашенні ландшафтного дизайну чи міського середовища. В міському середовищі вони можуть виконувати тільки декоративну функцію, об'єднуючи просторову композицію середовища, в якому вони знаходяться або виконувати певну практичну функцію, а декоративність їх слугує тільки для підкреслення ідеї в стилі архітектури.

Ніжинська Тетяна, *студентка магістратури НАКККіМ*

РОЛЬ ІЛЮСТРАЦІЇ В РЕКЛАМІ

Реклама – комерційна, соціальна або політична має влучно й чітко демонструвати об'єкт реклами. Професійно зроблена реклама впливає на людину на емоційному рівні. Якщо рекламне повідомлення приємне глядачеві, він перейде в категорію потенційних споживачів. Таким чином, реклама створює позитивний образ серед споживачів, забезпечує популярність товару, або компанії. Ринкова економіка в Україні формує конкурентне середовище, яке стимулює компанії обирати найбільш дієві методи зображувальної реклами для вираження своїх ідей.

Реклама, як вид мистецтва трансформується під впливом культурно-соціологічних чинників. Через глобалізацію й швидкий ритм життя, текстові повідомлення скорочуються для заощадження часу, зображення стають все простішими. Більшість зображувальної інформації зводиться до мінімалізму. Дана тенденція сприяє запам'ятовуванню споживачем характерних особливостей торгової марки, за рахунок мінімальної інформації. Ілюстрація дозволяє швидко зчитати інформацію і в момент вибору того чи іншого товару, «картинка» постане в пам'яті й вибір стане очевидним. Проте реклама в мінімалістичному стилі може мати й негативний вплив. Наприклад рекламне повідомлення може бути незрозумілим, або неправильно розтлумаченим. Все що людина бачить протягом життя – виховує її художній смак. Проблемою сучасного суспільства є падіння естетики й відсутність відчуття стилю. Тому реклама має не лише інформувати й спонукати до покупки, а й виховувати естетичний смак.

Засоби рекламного інформування розподіляють на друковані та цифрові (за типом виготовлення), зовнішні та внутрішні (за місцем розміщення), загальні та цільові (за обраними групами споживачів) [3]. В дизайні будь-якого рекламного оголошення велику роль відіграють візуальні елементи, оскільки якісні ілюстрації можуть містити значно більше інформації, ніж текст, і викликають сильні емоційні реакції.

Ілюстрації вирішують 2 основних завдання: привертають увагу, закликаючи прочитати текст, і служать наглядним супроводом текстових матеріалів. При цьому, читач розглядає спершу ілюстрації, потім читає заголовок, а вже потім – сам текст. У такому порядку і варто розподіляти матеріал – ілюстрація вгорі, заголовок – під нею і текст – під заголовком. Не всі читають текст, але завжди читають підпис під фотографією або малюнком. За даними американських дослідників, тих, хто читає підписи до ілюстрацій, в два рази більше, ніж тих, хто читає сам текст. Тому застосування ілюстрацій без супроводжуючої текстової підпису неприйнятно. Підписи повинні містити назву марки товару і суть рекламної пропозиції. Кольорова фотографія з точки зору ефективності сприйняття і запам'ятовування майже на 100% вище, ніж чорно-білі знімки. Ілюстрації, що зображують людей, мобілізують увагу на 23% більше, ніж ілюстрації, що зображують неживі предмети [4].

Запам'ятовуваності рекламних ілюстрацій сприяє несподіваний ракурс, оригінально представлений фрагмент, неординарне художнє вирішення. Згідно з твердженнями фізіологів та нейрофізіологів, людина в першу чергу звертає увагу на динамічні зображення з людьми (перш за все жінками та дітьми), тваринами, рослинами, природою. Слід також враховувати зв'язок

рекламного слогану з ілюстраціями. В слогані має бути виражена паралельна ілюстрації думка, ідея [1]. Вдало використані малюнки, схеми, діаграми підвищують ефективність рекламного оголошення й інформативність ілюстрації, яка таким чином підсилюється.

Важливе значення в рекламній ілюстрації має колір, завдяки особливості впливати на настрій споживачів. Колір викликає емоції, чим спонукає до співпереживання, залучаючи глядача до свого простору. Тому ілюстрація більш дієва ніж текст. Враження, навіяні кольором, дуже стійкі. Кольорова ілюстрація є більш цікавою для глядачів. Проте можна й урізноманітнити монохромну композицію шляхом введення одного доречного кольору. Цей прийом допоможе зробити ілюстрацію цікавішою й створити акцент. При виборі кольору також слід враховувати символічні та асоціативні особливості кольорів та їх поєднання.

Головною особливістю новітніх технологій рекламування та їх відмінністю від звичних прийомів паблік рилейшнз є вплив на підсвідомість людини. Фахівці з психології твердять, що лише 3% діяльності людини контролює свідомість, а решту 97% – підсвідомість [1]. Тому існує можливість передачі символів іншим шляхом, нижче межі свідомого сприйняття. Такого роду повідомлення діють на підсвідомість – їх отримання не відчувається сприйнятим. Це означає, що символи надто нечіткі або на дуже короткий час з'являються, щоб їх виразно побачити. Такі вставки поміщаються в рекламу для того, щоб маніпулювати поведінкою споживача. Досліди по підсвідомому стимулюванню в лабораторних умовах показали, що дійсно як наслідок виникають реакції типу «подобається – не подобається» [2].

Отже, використання ілюстрації в рекламі є ефективним способом просування. За допомогою кольору, його насиченості, можна керувати ставленням споживача до реклами. Створення ефективної реклами є складним процесом, який включає до себе знання культурних, територіальних, особливостей, враховує інтереси потенційних споживачів, а також особливості підсвідомого сприйняття інформації людиною. Використання цих складових дозволить створювати дієву рекламу, яка запам'ятовується, спонукає й позитивно впливає на емоцій стан людини й виховує її художній смак.

Література:

1. Миронов Ю., Крамар Р. Основи рекламної діяльності: навч. посіб. Дрогобич: Посвіт, 2007. 108 с.
2. Алдер Х. НЛП: современные психотехнологии. Санкт-Петербург, 2000. 160 с.
3. Прищенко С., Антонович Є. Основи рекламного дизайну: підручник. Київ: НАКККІМ, 2017. 384 с.
4. Види рекламного психологічного впливу. URL: https://stud.com.ua/67612/marketing/vidi_reklamnogo_psihologichnogo_vplivu.

Петроченкова Вікторія, *студентка магістратури НАКККіМ*

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ РОЗВИВАЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Художня виразність при формуванні розвиваючого середовища для дітей дошкільного віку є актуальною, адже середовище багатьох дитячих дошкільних закладів нині є естетично та морально застарілим, що не дозволяє втілювати новітні програми щодо виховання дітей. В роботі проаналізовано чинники, які впливають на формування розвиваючого середовища дитячих дошкільних закладів, проведений аналіз формування відчуттів, зроблений вибір засобів художньої виразності, що впливають на виховання художніх здібностей дітей. Все разом вимагає відповідної організації простору дитячого об'єкту.

Нині аспект художньої виразності середовища дитячих садків лишається мало вивченим, дизайнери не мають знань і рекомендацій щодо використання засобів виразності при формуванні інформативного та естетичного довкілля дитячого садочку, яке допоможе дитині розкрити його творчі здібності, сформувати відчуття.

Систематизація засобів художньої виразності в об'ємно-просторовій композиції розвиваючого середовища дитячих дошкільних закладів, розробка рекомендацій їх використання, що дозволить творчо виховувати дітей, розвивати їх відчуття.

Чинники, що впливають на розвиваюче середовище дитячого дошкільного закладу та обмежують використання засобів художньої виразності наступні. Кліматичні – впливають на зонування території (інсоляція) та її ландшафтне формування. Типологічні – визначають залежність функціонального зонування від типу дитячого дошкільного закладу. Соціально-економічні – здійснюють вплив на матеріальну базу та обмежують використання художніх засобів. Психофізіологічні – впливають на сприйняття дитиною розвиваючого середовища, враховують дітей з особливими потребами. Національні, етнокультурні особливості для розвитку духовного світу дитини. Ергономічні вимоги потребують спеціального підходу до проектування елементів для дітей, що ростуть. Екологічні чинники визначаються якістю повітря, води, властивостями матеріалів штучно створених об'єктів і забезпечують зв'язок з природою. Сюди можна також віднести наступні рекомендації: динамізм (трансформація) середовища, новизна, різноманітність предметного оточення, створення штучних незручних ситуацій, дотримання кольорографічної системи, гармонію форм, виключення хаосу і несмаку [1].

Невід'ємною частиною дитячого дошкільного закладу є територія, на який він розташований. Головним інструментом при проектуванні розвиваючого середовища для дітей дошкільного віку є композиція – розташування природних елементів, штучних форм, частин території певною системою, обумовленою задумом і призначенням об'єкту. Лінія, форма, колір, звук, запах, колаж, силует – всі ці категорії беруть активну участь в композиції ландшафту паркової ділянки дитячого садочку і викликають означені емоційні реакції. Лінія – це умовний знак, який може виконувати багато функцій. У широкому сенсі колаж – включення за допомогою монтажу в твори дизайну, ландшафтного мистецтва об´єктів або тем для посилення художньої виразності. Силует – характерне окреслення предметів в природі і графічному мистецтві, подібне їх тіні. Це мистецтво наповнене оригінальності і невичерпних можливостей для побудови інформаційного простору. Більш загальні поняття: метафора, дух часу, дух місця, методики оригамі і багато інших елементів художньої виразності нині не застосовуються дизайнерами в їх творчості, тим більше на ділянках дитячих об'єктів [2].

Крім цього, на ділянці дитячого закладу слід забезпечити функціонування зон, які будуть сприяти розвитку відчуттів і не тільки тих, які у нас на слуху: зір, слух, смак, нюх, дотик, але і відчуття руху, рівноваги, тепла, болі, вібрації і багато інших. Деякі відчуття: дотику, життя, руху, рівноваги допомагають сприймати себе; деякі відчуття: смаку, нюху, тепла нас охороняють, деякі – допомагають комунікувати: слух, зір, дотик [3]. Рішення цих задач змінить ландшафт дитячого об'єкту, якщо кожну з цих важливих зон обладнають оригінальними спорудами, які тренують дитину і розвивають їх відчуття.

Дизайн дитячого простору враховує масштаб, кольорову гаму предметів та обладнання, дитячу психологію, любов до чистих, яскравих, радісних, веселих кольорів, застосовує безпечну фактуру.

Таким чином, можна зробити наступні висновки – використання засобів художньої виразності при формуванні розвиваючого середовища для дітей дошкільного віку буде оптимальним лише при врахуванні основних чинників: кліматичних, психологічних, фізіологічних, ергономічних, національних, етнічних, соціальних, екологічних тощо.

Основою формування простору середовища повинна бути композиція, що включає використання лінії, форми, кольору, звуку, запаху, колажу, силуету тощо як активних елементів художньої виразності.

Якісно змінять ландшафт і вплинуть на формування розвиваючого середовища дитячого об'єкту елементи, пристрої і споруди, що будуть сприяти розвитку максимальної кількості відчуттів дитини.

Література:

1. Ауэр В.М. Практика пробуждения чувств. Игры и идеи для детских садов и дошкольных групп. Киев : НАИРИ, 2017. 144 с.

2. Грашин А.А. Дизайн детской развивающей предметной среды: учеб. пособ. Москва: Архитектура-С, 2008. 296с.

3. Жирнов А.Д. Система композицій в ландшафтному проектуванні: авторська лекція і електронна презентація з дисципліни «Ландшафтна архітектура і дизайн». Ч.2. Київ: НАКККіМ, 2014. 32 с.

Попіль Микола, *студент магістратури НАКККіМ*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТРАНСФОРМОВАНИХ МЕБЛІВ

Сучасні меблі-трансформери своєю появою зобов'язані довготривалій історії розвитку, яка бере свій початок у період виникнення перших цивілізацій. Уже у давньому Єгипті достатньо майстерно уміли створювати меблі, цим самим забезпечуючи комфортність облаштування житла. Однак меблі у той час були великою розкішшю, яку могли собі дозволити лише фараон та жерці. Саме у давньому Єгипті і були створені перші трансформовані меблі. Наглядним зразком такого типу меблів був складний табурет з перехрещеними ніжками, а його сидіння було перетягнуте ременями з шкіри. Слід відзначити, що розроблений єгиптянами принцип трансформації табурета не втратив актуальності і нині. Сьогодні на ринку трансформованих меблів часто зустрічається легко трансформований табурет аналогічної конструкції, за винятком того, що в якості конструкційного матеріалу використовують пустотілі гнуті трубки, які обтягують тканиною.

Традиції та майстерність виготовлення меблів були перейняті та розвинені у період античності, у давніх Греції та Римі. Греки та римляни як відомо були поціновувачами комфорту, а тому також облаштовували свої інтер'єри різного типу меблями. Однак і в античному світі наявність меблів залишалася привілеєм аристократії. Серед античних меблів слід виокремити трансформований табурет з перехрещеними ніжками. Принцип трансформації такого табурета був таким же як у єгипетського аналога, проте греки та римляни, набули більшої досконалості в обробці різних матеріалів. Яскравим прикладом є реконструкція складного табурета зображеного на грецькому кіліку. Цей табурет має витончену форму ніжок, яка повторює форму кінських копит. Даний тип табурета був доволі популярним в античному світі, володіння таким предметом було свого роду ознакою приналежності до високого чину.

Перші приклади регульованих меблів-трансформерів можна знайти в середині XV століття. Винайдення друкарства й поширення культури читання й листування зумовило появу та розповсюдження регульованих меблів, першими з яких були пюпітри та секретери з нахиленою й регульованою дошкою. Рухливість частин цих меблів забезпечувалась за рахунок осі обертання та петлям. З кінця XV сторіччя розвиток гуманістичного світогляду та становлення університетської освіти в країнах Західної Європи сприяли розробці меблів, в котрих нахилена стільниця стала обов'язковим елементом. Різноманітні пюпітри були обов'язковою складовою предметно-просторового середовища лекційних залів, навчальних аудиторій, бібліотек університетів та монастирів. Винайдені в часи Середньовіччя, пюпітри продовжували існувати надалі [1].

З кінця XVIII сторіччя з'являються нові форми й новаторські способи трансформації. Наприклад, стіл, що розсовується за допомогою ковзаючих телескопічних брусків царги на досить значну довжину через велику кількість додаткових ніжок називався «сороконіжкою». Проте регульованими є не лише столи. Частину меблів-трансофрмерів, в яких закладено можливості регулюванні габаритних розмірів, складають меблі для сидіння, до яких відносяться: поворотні стільці, робочі крісла, регульовані крісла та шезлонги. Такі меблі є надзвичайно корисними при організації індивідуальних робочих місць [2].

У століття індустріалізації стали зростати міста, щільність населення збільшилася, а простір житла, навпаки, скоротився. Саме в цей час з'являються всі ті численні ліжка-трансформери, які так впевнено увійшли в наше життя. Так, Вільям Мерфі в 1908 році патентує перше підйомне ліжко, яке ховається в шафу, – винахід, який виглядає сміливим навіть в наш час.

А в 1930-х роках, за часів Великої депресії і тотальної економії, Бернард Кастро придумує трансформер, яким користувався хоч раз в житті кожен з нас: диван-ліжко. Його механізм був такий зручний і простий в розкладанні, що на перших рекламах дивана, його розбирала маленька дочка Кастро - Бернардетт, і це виглядало дуже переконливо. Диван не просто зробив Бернарда мільйонером, а й став найпопулярнішим трансформером за всю історію меблів.

У вітчизняній практиці використання меблів-трансформерів в інтерєрах лише набирає обертів, проте у багатьох країнах західної Європи є уже достатньо великий досвід створення меблів такого типу. Одним із новаторів у цій сфері діяльності був італійський дизайнер-експерементатор Джо Коломбо. Він говорив: «Людям необхідний новий простір», а створював він його за рахунок використання трансформованих меблів [3].

Одним із його проектів є Additional System Seating (1967 г.) – система подушок, з якої можна зібрати різні за розмірами, габаритами та формою м'які меблі. За рахунок використання принципу комбінаторики, даний об'єкт дизайну може бути адаптований під будь-який тип приміщення у тому числі і заклад харчування. А можливість варіювати кількість деталей дозволяє якомога ефективніше використовувати його у предметно-просторовому середовищі. Даний трансформований дизайн-об'єкт належить до безкаркасних меблів. Слід зазначити що розробка такого типу меблів випередила час, оскільки і сьогодні безкаркасні меблі та крісла користуються великим попитом на ринку дизайну.

Література:

1. Босий І. М. Особливості дизайну меблів-трансформерів у країнах Західної Європи кінця XX - початку XXI століття // Візуальні мистецтва. 2014. №3. С. 264–272.

2. Брижаченко Н. С. Формування інтерактивного предметно-просторового середовища // Теорія мистецтва. 2015. № 5. С. 5–11.

3. Гнатюк Л. Р. Особливості формотворення модульних меблів-трансформерів // Теорія та практика дизайну: зб. наук. праць. 2013. №3. С. 15–22.

Тарасенко Юрій, *студент магістратури НАКККіМ*

ЕКОЛОГІЧНО-ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОЛОГІЇ

Основні екологічні проблеми, пов'язані з промисловим виробництвом – це забруднення атмосфери, забруднення водних об'єктів, порушення і забруднення ґрунтів. Виходить, що промисловість впливає абсолютно на всі компоненти природного середовища. Проблема екології стосується багатьох галузей діяльності людей, зокрема, і сфери графічного дизайну. Дизайнери і люди креативної сфери не рідко задають тренди на майбутнє, тому на них лежить відповідальність за екологічність того, чи іншого інноваційного рішення.

Інформаційні реалії постіндустріального світу завдають вплив на розвиток сучасної цивілізації. Технології роботи з інформацією змінила облік сучасного суспільства. Сфера креативну також потрапила під вплив трансформацій і акценти перенеслись із процесу на результат. Основна тенденція поліграфічного ринку - розширення спектру оброблюваної продукції, підвищення рівня автоматизації, можливість персоналізації і захищеного друку. При цьому на передній план виходять фінішні рішення для цифрового друку, як вбудовані, так і «офлайн».

Біологічні ресурси необхідні для життя людини та забезпечення її фізіологічних потреб. Щоб їх зберегти, необхідно передивитись використання невідновлювальних матеріалів і розробити більш ефективні способи для підприємств створювати менше відходів і споживати менше енергії. Люди, розробляючи нову упаковку, не думають про шкідливість використання пластику, плівки з бульбашками, пінополістиролу та інших шкідливих матеріалів, та з настанням підвищеної екологічної обізнаності, ситуація може кардинально змінитися. Сьогодні ми можемо знайти безліч екологічно чистих матеріалів для дизайнерів, наприклад перероблену стрічку, бамбук, ящики з перероблених матеріалів, грибкові стебла і папір Geami. При використанні таких матеріалів, упаковка стає біорозкладною, і значно зменшує кількість виробничих відходів.

Мікрогофрокартон – це дво або тришаровий гофрований картон, що дозволяє отримати рівну поверхню з можливістю друку на ній та високу рівномірну площинну жорсткість. Використання мікрогофрокартону має переваги: екологічність, універсальність використання, практичність, можливість нанесення друку, привабливий зовнішній вигляд. Цей матеріал в Україні виготовляється на Обухівському картонному комбінаті в м. Обухів.

Вагомим чинником у виготовленні дизайн-матеріалів є кількість відходів, які залишаються в процесі обробки. У результаті надлишковий папір стає непотрібним і викидається. Оптимізація процесу друку - відмінне рішення для скорочення відходів паперу у виробництві. Ідеальне рішення є використання одного листа картону для декількох проектів – це дає змогу зменшити використання матеріалу на виробництві. Виконання таких завдань виробниками потребує гнучке друкарське обладнання для роботи, яке дозволяє їм оптимізувати використання вихідних даних цих матеріалів.

На додаток до паперових, пластмасових і картонних відходів використання енергії є також однією з основних завдань фахівців з пакування. Оскільки багато з клієнтів замовляють індивідуальні розробки пакувальних виробів, які включають різні форми і текстури. Робота з такими великими механічними процесами досить енергозатратна, але цього можна уникнути, коли будуть створені сучасні технології.

Сьогодні споживачі очікують поліпшення етичних стандартів від великих корпорацій. Одна з сфер , де це особливо важливо, відноситься до сфери екології. З підвищенням обізнаності про глобальне потепління виробники можуть просувати бізнес вперед, з врахуванням екостандартів та збереженням навколишнього середовища. Пакувальна індустрія, хоча і безпосередньо пов'язана з потенційно небезпечними матеріалами, сьогодні пропонує нові рішення, щоб зробити упаковку менш дорогою як з точки зору виробничого процесу, так і з використанням матеріалів. Завдяки використанню екологічних матеріалів і сучасних технологій обробки в екодизайні, буде можливим вплинути на екологію шляхом зменшення використання природних ресурсів, необхідних для виробництва та залучення у виробничий процес переробленної сировини.

Література:

1. Green graphic design is holistic. URL: http://mslk.com/green-graphic-design/.
2. Shelagh Hammer. The Evolution of Eco-Friendly Packaging. URL: ttps://www.triplepundit.com/2015/08/ evolution-eco-friendly-packaging/.
3. How to be an eco-friendly graphic designer [Электронный ресурс на английском]. – Режим доступа: https://www.solopress.com/blog/eco-friendly/eco-friendly-graphic-designer/.
4. The eco-friendly designer? 4 steps guide to greener graphic design [Электронный ресурс на английском]. URL: http://bestwebgallery.com/2016/08/15/the-eco-friendly-designers-4-step-guide-to-greener-graphic-design/.

***Чепоров Сергій**, студент магістратури НАКККіМ*

ДИЗАЙН ПРИМІЩЕНЬ ЗАГАЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ В ЕКОСТИЛІ

Захист навколишнього середовища від матеріалів, які його забруднюють (пластик, полімери, токсичні фарби і таке інше), та поєднання людини з природою, є головними ідеями екостилю. З урахуванням того, що попит породжує пропозицію, рівень обслуговування та оформлення внутрішнього простору росте з неймовірною швидкістю, тому розробка проектів дизайну приміщень загального харчування в екологічному стилі є доречною.

Метою є виявлення потенціалу та розкриття особливості екологічного стилю, в дизайні приміщень загального харчування.

Результати дослідження мають широке коло застосування: створення сучасних приміщень загального харчування, витриманих в екостилі. В таких закладах відвідувачі можуть почувати себе вільно та насолодитися перевагами природних матеріалів.

Переваги екостилю в оформленні інтер’єру закладів загального харчування.

1. Головна перевага екостилю – це можливість постійно експериментувати зі своїм інтер'єром, змінювати його в міру необхідності швидко і ефективно.

2. Фінансові витрати на декорування приміщень мінімальні. Достатньо володіти незначними засобами і вільним часом, і можна майже миттєво змінювати навколишній інтер'єр без особливих матеріальних витрат [3, 93].

Природність у всьому – такий принцип екостилю, тому ніякого пластику, металу і ДСП. Інтер'єр в стилі «еко», виконаний з натуральних матеріалів і гармонує з навколишнім середовищем, дає відчуття свіжості і єднання з природою.

Кольори і матеріали. Екостиль в інтер'єрі заклада громадського харчування повинен бути насичений природними відтінками. У ньому не повинно бути яскравих кислотних кольорів і складних поєднань. Для цього відмінно підходять піщані, деревні, бежеві, білі, блакитні, сірі, сині, трав'яні і інші кольори і відтінки. Матеріали для створення екостилю: дерево, натуральне каміння, кування, кераміка, скло.

Особливу увагу слід приділити застосуванню деревини. Цей матеріал є однією з головних відмінних рис екостиля. Його можна застосовувати для декору стель, стін, підлог, а також елементів меблів. Дерево відмінно підходить не тільки для оформлення приміщення [3, 504].

Озеленення в інтер'єрі. Повітря в приміщенні від 4 до 8 разів брудніше, ніж на загазованій автостраді. Фітостіни з живими рослинами відмінно вирішують проблему забруднень, поглинаючи шкідливі речовини і очищаючи повітря. Особливо гарні в цьому плані аглаонеми, спатіфілуми і монстери. Вони збагачують приміщення киснем, озоном і аероіонами і відмінно поглинають формальдегіди. З рослин тими ж якостями володіють азалії, алое, антуріуми, гусманія, драцени, каланхое, калатеї, дифенбахії і папороті. Також в помешканні дуже часто постає проблема надто сухого повітря. Взимку його висушує центральне опалення, влітку – так улюблені всіма кондиціонери. Надмірно сухе повітря негативно позначається на здоров'ї в цілому, а при таких захворюваннях, як астма - провокує напади [2, 294].

У цьому випадку сади з живими рослинами виступають хорошим природним зволожувачем повітря, не вимагаючи при цьому постійної уваги.

Результати проведеного дослідження демонструють основні аспекти поставленої мети на початку проекту:

1. З кожним роком до методів оформлення та проектування вносять все новіші зміни, які сприяють покращенню роботи заходів громадського харчування та збільшують попит на заклади в тому чи іншому стилі.

2. Один із найпопулярніших стилів на наш час – екологічний. Еко-стиль дозволяє створити сприятливі умови в приміщенні для приємного проведення часу за роботою чи спілкуванням. Ці умови є обов'язковими для створення дійсно модного та популярного місця, що користується попитом та виправдовує свій комерційний напрямок.

Література:

1. Волков Ю.Ф. Интерьер и оборудование гостиниц и ресторанов. Ростов на Дону: Феникс, 2004. С.345-352.

2. Дэвид Хессайон. Все о декоративных деревьях и кустарниках. Москва: Кладезь Букс, 2007. С.245-375.

3. Миневрин Г.Б. Основные задачи и принципы художественного проектирования. Дизайн архитектурной среды. Москва: Архитектура - С, 2004. С.89-96.

Якуніна Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

КЛАСИФИКАЦІЯ ШРИФТІВ

Шрифти кінця XX – початку XXI століття в основній своїй масі копіюють старі шрифти, в розробці яких брали участь Альд Мануций, Леонардо да Вінчі, Лука Пачіолі, Альбрехт Дюрер та інші знамениті художники та графіки. В історичній класифікації усі шрифти поділяються на 3 типи – антикву, єгипетські, гротеск.

Антиква – вид латинського друкарського шрифту з вертикально оформленим накресленням. Антиква містить рядкові та заголовкові знаки, що відповідають двом віхам донабірної еволюції латинського шрифту: від римського капітального (початок нашої ери) до каролінгського мінускула VIII століття. Єгипетські шрифти беруть свій початок від давньо-єгипетських листів, виконаних на папірусі, також деякі мають форму бруска, наприклад, Мемфіс, звідси мають сучасну назву шрифтів – брускові. Шрифти типу гротеск не мають ні контрастів, ні зарубок, штрихи виділяються жирністю накреслення.

Шрифт – набір символів певної гарнітури, розміру і накреслення. Під гарнітурою шрифту мається на увазі «Комплект шрифтів одного малюнка, але з різними нахилами букв, насиченістю штрихів і відстанню між ними»; «Комплект шрифтів різних розмірів, накреслень, але однакових за характером малюнків»; «Набір художніх рішень, що відокремлюють один шрифт від іншого» або «Сукупність шрифтів, об'єднаних спільними стильовими ознаками, відмінними від інших шрифтів, тобто сукупність накреслень, об'єднаних загальним характером графічної побудови знаків» – Г.М. Баришніков, Ю.А. Ярмола, І.Ф. Бельчиков та інші.

На сьогодні классифікация кириличних шрифтів складається по-новому під впливом світового досвіду. У англо-американо-французькій типографіці поширено підхід Максимилиана Вокса, за Воком шрифти поділяються на дев'ять груп: венецианська антиква, антиква старого стилю, перехідна антиква, антиква нового стилю, шрифти, що імітують надписи на камені, гротески, брускові, каліграфічні та рукописні шрифти. Класифікація, запропонована міжнародною типографічною асоціацією у 1957 році, майже збігається зі схемою Вокса, як єдиний виправлений – додано групу готичних шрифтів. Різноманітність класифікацій відповідає тому, що вичерпної системи шрифтоведення поки не побудували і класифікації шрифтів носять виразний національний характер.

Вітчизняні фахівці: Г.М. Баришників, А.Ю. Бізя, В.В. Єфімов та ін., запропонували найбільш спрощений варіант відомих класифікацій шрифту: шрифти, маючі зарубки; шрифти, які не мають зарубок; гарнітури вільного стилю.

Ю. А. Ярмола розрізняє шрифти за сферою і метою функціонування: текстові, що виділяють, титульні, акцидентні і шрифти для набору спеціальних знаків.

Американський дизайнер Р. Паркер пропонує класифікацію шрифту з урахуванням стильових схем документа: «традиційний стиль» (зарубки, невелика висота символу, довгі виносні елементи), «сучасний стиль» (рубана гарнітура, велике поле символу, короткі виносні елементи), «вишуканий постмодерністський стиль» (сильно стисла або деформована відстань між літер та подовжена форма символів). Частина стильових елементів виділена Паркером на базі хронології, частина – за належністю до того чи іншого напряму мистецтва. В. Єфімов у створенні і застосуванні шрифтів виділяє чотири напрями, які можна розглядати як класифікацію. До першого напряму він відносить шрифти, що імітують традиційні накреслення: різні варіації статуту, напівстатуту, скоропису і в'язі. Застосовують ці шрифти для створення «національного стилю». До другого напрямку відносяться деструктивно-технічні шрифти, наприклад, імітація поїдених іржею поверхонь, різного виду деформації, поєднання зі штрих-кодом і всілякі футуристичні зображення. До третього направлення ставляться рукописні шрифти – від дитячих каракуля до вишуканого каліграфічного почерку. Четвертий напрямок – група набраних текстових шрифтів, що стали класикою.

Таким чином, на думку С.П. Нестеренко, «класифікації дають уявлення про різні сторони функціонального потенціалу гарнітур, їх співвіднесеності з певними художніми критеріями, сферою вживання, стилістичної маркування. Це дозволяє визнати за тією чи іншою графічною оболонкою наявність певного асоціативного сенсу».

Вибір стилю шрифту супроводжується передачею деякого власного значення, незалежно від того, використовується ефект навмисно чи ні. Це вплив підсвідомо. Вважається, що деякі типи шрифтів передають специфічні якості і характеристики. Дуже важливу роль у створенні ефекту відіграє розмір використовуваного шрифту. Часто щодо дрібний шрифт створює відчуття більшої довіри та важливості інформації.

Н. Дубина вказує на те, «що най важливими графічними ознаками, котрі повинні бути враховані при виборі малюнка шрифту для оформлення, зокрема, літературно-художніх творів, є особливості контуру малюнка шрифту (наприклад, класично строгі побудови або побудови з різними стильовими або декоративними елементами в малюнках) просторовий лад і кольоровість шрифту, які в основному залежать від контрасту штрихів (співвідношення між основними і сполучними штрихами), від пропорції сторін і характеру зарубок». Кольоровість шрифту приймається до уваги при обліку особливостей того чи іншого автора і головне, при обліку зв'язку малюнків шрифтів з іншими елементами оформлення видань.

С.П. Нестеренко у своїй роботі спробувала визначити особливості регулюючої спроможності кожної з досліджуваних нею гарнітури шрифту в процесі сприйняття друкованого тексту; створити класифікацію, здатну диференціювати різні гарнітури шрифту в залежності від специфіки їх впливу. За підсумками проведеного психолінгвістичного дослідження Нестеренко вважає за можливе створення класифікації гарнітур шрифту за трьома підставами: 1) за ступенем прояву асоціативності, 2) за ступенем співвіднесення, 3) за характером емоції. Асоціативність проявляється у здатності гарнітури шрифту викликати у читача процес співвідношення структурно-художніх особливостей гарнітури з зовнішніми по відношенню до неї явищами.

Різні шрифти є носіями конотації. Шрифтова конотація відбиває емоційне осмислення значення тексту. Залежно від одного тільки накреслення літер те ж саме слово або текст може створювати різні емоційні враження. Використовуючи шрифти, наприклад, з готичним накресленнями, автор не тільки відображає якусь інформацію, але і формують певну причетність до епохи Середньовіччя чи давнім традиціям. Такий прийом часто використовують найбільші західноєвропейські газети. Їх назви набрані готичним шрифтом. Таким чином, та чи інша гарнітура шрифту, згідно Нестеренко, здатна викликати у читача естетично забарвлені емоції.

До того ж будь-який шрифт відрізняється яскравою індивідуальність і образністю малюнка. При всьому різноманітті шрифтів, малюнок букв повинен бути органічно пов'язаний зі змістом тексту. Отже, структура шрифту відображає внутрішню структуру тексту, обидві відповідають за зручність сприйняття різних за призначенням і значенням компонентів, швидкому виявленню читачем важливої інформації, підводячи його до прочитання, інтерпретації і засвоєнню всього тексту. Таким чином, нами були розглянуті різні класифікації шрифтів, їх кількість величезна і всі вони різноманітні. Однак загальноприйнятої класифікації немає. Це говорить про те, що шрифти носять виразний національний характер. І все ж таки ті класифікації, які існують на сьогоднішній день, дають нам чітке уявлення про функціональні можливості шрифтів.

Література:

1.Нестеренко Гарнітура шрифту як фактор регуляції сприйняття тексту, Барнаул, 2003 р.

2. Ярмола Ю. А. Компьютерні шрифти, Санкт-Петербург, 1994 р.

3. Шалімова Л.А, Насонова Л.І., Теорія вивчення кольору URL: https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-izucheniya-tsveta.

ХОРЕОГРАФІЧНА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОЦЕСІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Богданова Марина, *кандидат мистецтвознавства,*
доцент, завідувач кафедри хореографії
Київського хореографічного коледжу

СУЧАСНА ХОРЕОГРАФІЧНА ОСВІТА В СИСТЕМІ ВИЩИХ ТА СЕРЕДНІХ МИСТЕЦЬКИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

На сучасному етапі внаслідок розвитку бальної хореографії та популяризації спортивного бального танцю однією з актуальних проблем є підвищення рівня професійної хореографічної освіти у вищих та середніх мистецьких навчальних закладах.

Ґенеза бального танцю XXI ст. в Україні у кількох самостійних напрямках – спортивний бальний танець, сценічний бальний танець та школа танців, призвела до виникнення вузької спеціалізації (тренери танцювального спорту, балетмейстери та викладачі танцю), проте, на нашу думку, за таких обставин, підготовка професійних кадрів, відповідно до світових тенденцій розвитку хореографічної освіти, має значно розширити межі кожної з означених спеціалізацій.

З метою визначення перспективних шляхів розвитку сучасної професійної хореографічної освіти в системі вищих та середніх мистецьких навчальних закладів України, вважаємо за необхідне проаналізувати багатоаспектні характеристики викладання, навчання та дослідження бального танцю в провідних коледжах та університетах країн Західної Європи та Сполучених Штатів Америки, а також виявити їх актуальні аспекти та перспективні для ефективного впровадження у структуру вітчизняної бальної хореографічної освіти форми – оновлення навчальних планів та навчальних курсів, удосконалення методики викладацької діяльності задля підвищення якості підготовки та розширення діапазону ринку праці випускників.

У навчальних програмах професійних вищих та середніх мистецьких закладів України, які здійснюють підготовку фахівців бальної хореографії, велике значення відіграють полі- та монофункціональні навчальні дисципліни, наприклад, «Історія бального танцю», «Мистецтво балетмейстра», «Теорія та методика викладання європейського та латиноамериканського бального танцю», «Композиційна побудова конкурсних варіацій європейської та латиноамериканської програми», «Ансамбль бального танцю», «Теорія та практика створення хореографічного образу», «Методика виконання загально- хореографічних дисциплін (класичного, сучасного, історико-побутового, народно-сценічного, дуетно-сценічного танців)» та ін. Проте, поза увагою лишають такі необхідні на сучасному етапі розвитку світової хореографічної освіти дисципліни як «Анатомія танцю», «Біомеханіка», «Кінезіологія», «Соматика», «Спортивна психологія», «Фізіологія», які сприяють покращенню розуміння студентами динаміки рухів, формуванню навичок виконання ефективних та безпечних (без загрози травмування) елементів та ін.

Зазначимо, що дані дисципліни є частиною навчального плану більшості коледжів, інститутів та університетів європейських країн та США, а у провідних вишах нещодавно було запроваджено курс «Танцювальна медицина і наука», в якому поєднано необхідні, як для танцюриста, так і для балетмейстера та викладача бальних танців, основні аспекти психологічних, біомеханічних, фізіотерапевтичних, фізіологічних, кінезіологічних, телетерапевтичних, соматичних та ін. практик [2, 110–116].

Натомість в Україні, отримати такий досвід можливо лише на приватних курсах, тоді як доцільність їх впровадження у структуру вітчизняної бальної хореографічної освіти, хоча б у формі спецкурсів, на нашу думку, не потребує проведення тривалих дискусій.

Проведений аналіз навчальних дисциплін та курсів, які пропонують у власних програмах вищі та середні мистецькі європейські та американські навчальні заклади, засвідчує ґрунтовний та всебічний підхід до оволодіння студентами теорії бальної хореографії, здобуття необхідної практики. Назвемо хоча б курс «Асоційований груповий танцювальний репертуар», завдяки якому

студенти отримують практичний досвід роботи в колективі через репетиції та виступи; «Продуктивність», який ознайомлює студентів зі значенням та властивостями сценічного освітлення, костюмів, звуку, декорацій та ін., у контексті набуття навичок, необхідних для роботи в умовах сценічного простору; «Танцювальна імпровізація», який ознайомлює студентів з теорією та дослідженнями взаємозв'язку між візуальним і театральним мистецтвом засобами структурованої імпровізації, сприяє розвитку групової та індивідуальної обізнаності, розширенню індивідуального словника рухів та ін. [1].

Запровадження подібних курсів у систему вітчизняної вищої та середньої професійної хореографічної освіти, значно б посприяло покращенню процесу підготовки фахівців та розширення діапазону ринку праці випускників. Окрім того, важливим, у контексті підвищення кваліфікації може стати проведення щотижневих колоквіумів, на яких відбуваються покази студентських робіт, їх обговорення викладачами та запрошеними гостями – провідними хореографами, а також проведення майстер-класів.

Література:

1. Dance courses. James Madison University. URL : http://www.jmu.edu/catalog/14/courses/DANC.shtml (дата звернення 14.11.2018).

2. Minton S. Research in dance: educational and scientific perspectives. Dance Research. 2000. № 32/1. pp. 110–116.

Чулят Оксана, *викладач Державної середньої школи сучасного танцю ім. Ани Малетіч (м.Загреб, Хорватія)*

СИСТЕМА ТА ОСОБЛИВОСТІ ТАНЦЮВАЛЬНО-РИТМІЧНОГО ВИХОВАННЯ В ХОРВАТІЇ

Сучасний танець в Хорватії має давню і сильну традицію, джерела якої сягають в далекий 1920 рік, принаймні цим роком датуються перші друковані дані про події на терені даного хореографічного напрямку. Сучасне (контемпорарі) хореографічне мистецтво в країні, поряд з активною постановочною та виконавчою складовою, спирається на освітню вертикаль від підготовчих груп для дітей дошкільного віку, оминаючи початкову та повну середню освіту, до академії, та за численністю учасників в країні є надзвичайно популярним.

Термін «сучасний» в Хорватії відноситься до контемпорарі руху. Решта сучасних танцювальних стилів здебільшого вважаються рекреативними, що передбачає відсутність можливості здобування державної освіти, або, в разі вступу до навчального закладу, перекваліфікацію студентів на контемпорарі стиль. Базою для досліджень впливу згаданого напрямку хореографічного мистецтва на розвиток особистості з правом можна вважати Школу сучасного танцю ім. Ани Малетіч. Мова йде про найстаріший і протягом багатьох років, до 2006, єдиний державний середньоосвітній навчальний заклад країни, що виплекав та й сьогодні продовжує плекати генерації митців, закоханих в сучасний (не тільки хореографічний) вираз. Його засновницею стала, вшанована поза межами Хорватії, Ана Малетіч (1904–1986), дівоче прізвище Ней. Першу хореографічну освіту Малетіч отримала в місті Белград в Школі за ритміку та пластику. Аніними вчителями були також Рудольф фон Лабан (1879 – 1958) та Дуся Березка. Але найбільш значимим освітнім досягненням для Малетіч, без сумніву, став диплом «Лабан Хореографічного Інституту» в Берлині, який вона захищає в 1936 році.

Щодо першого в Хорватії, на той час ще приватного, закладу для отримання освіти в галузі сучасного (контемпорарі) хореографічного мистецтва, Ана Малетіч відкриває його в Загребі, ще в далекому 1932 році. Діяльність школи перерве лише Друга світова війна. Протягом післявоєнних років навчальний заклад продовжує функціонувати під різними назвами та з різним статусом (в якості державного або приватного). Нарешті, 22 жовтня 1954 року було засновано Державну «Школу за ритміку і танець у Загребі», а Ану Малетіч призначено директоркою. На цій посаді та на посаді викладача головних фахових дисциплін, вона працює до кінця свого робочого віку. Відтоді

заклад безперервно діє за системою чотири роки початкової освіти плюс чотири роки середньої, 26 травня 1999 року, змінивши назву, на честь своєї засновниці, на «Школа сучасного танцю імені Ани Малетіч».

Дисципліна під назвою Ритміка є дуже цікавою та незвичайною, принаймні для українських фахівців. Обсяг матеріалу є неочікувано широким. Метою дисципліни є визнання та засвоєння спільних або схожих закономірностей в музиці та хореографії. Безпосередньо, засобами руху, розвивається самостійне формування метричного ритму малих музичних форм, котре залишає враження гри на музичному інструменті, яким є власне тіло. Координація руху та потужня музична підготовка з часом, в старших класах, дозволяють інтерпретувати танцювальною мовою, «витанцьовувати» складні поліритмічні музичні форми. Завдяки різноманітним музичним прикладам, що виконуються рухом, розвивається відчуття музичної фрази, логічного, компатибільного до музики, руху, його темпу та динаміки. Музичні форми, пропоновані програмою, надають можливість уявити що саме вивчається дисципліною Ритімка протягом восьмирічної освіти. Починаючи з простих, таких як речення, період, канон, ученики та студенти до кінця освітнього циклу оволодівають й складними музичними формами, такими, як рондо, рондо-соната, варіаційна форма, сонатина та навіть фуга.

Остання з трьох базових дисциплін під час початкової освіти носить назву «Танець», в той час, як середня освіта передбачає назву, котра говорить сама за себе – «Танець Лабан», отже танець по Лабану. Автори програми описують зміст наступним чином. «Під час навчання, завдяки творчому процесу застосовуються, в першу чергу, вісім основних, з існуючих шістнадцяти, тем Лабанового методу. Притаманний їм зміст пробуджує усвідомленність тіла та руху; розвиває пізнання про чотири чинника руху: простір, час, потужність та потік або плинність руху. Допомагає усвідомити внутрішнє спонукання до руху; поглиблює відчуття до виразу якості руху; сприяє творчій співпраці з партнером або групом, гармонійному пристосуванню до партнерів; розвиває творчу уяву та фантазію; вчить творити за допомогою руху».

Література:

1. Jankovič I. Značenje pokreta i plesa u cjelokupnom razvoju djeteta predškolske dobi, стаття до Освітньо-виховної Агенції Міністерства науки і освіти республики Хорватія, Zagreb 2010
2. Krešić Vrkljan N. Škola suvremenog plesa Ane Maletić sada i ovdje, Kretanja, Hrvatski odbor ITI UNESKO, Zagreb, 2004
3. Maletić A. Pokret i ples, Kulturno-prosvjetni sabor Hrvatske, Zagreb 1983
4. План і програма Школи сучасного танцю ім. Ани Малетічза 2017/2018 учбовий рік.

Абрамова Анастасія, *студентка магістратури НАКККіМ*

БАЛЕТ, ТАНЕЦЬ, ХОРЕОГРАФІЯ: ДО ПРОБЛЕМИ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО РОЗМЕЖУВАННЯ

Танець – це мистецтво передачі інформації через кінестетику. Кожна епоха намагається сказати щось своє, і донести це в нових формах. Ще в найдавніші часи танець був однією з перших мов, якими люди могли висловити власні почуття. Танець зберігає в собі величезне багатство, приносить радість як виконавцю, так і глядачеві. Танець розкриває і розвиває духовні сили, виховує художні смаки і любов до прекрасного, розвиває творчі здібності.

Разом з тим, виклики сучасного світу, формування нових мистецьких напрямків постійно ставлять нові вимоги до розвитку мистецтва танцю в сучасному світі.

Дослідження з історії балету і хореографії свідчать про те, що при виробленні термінології існувала плутанина у трактуванні термінів «балет», «танець», «хореографія».

Мета статті – вивчення проблеми термінологічного розмежування понять «балет», «танець», «хореографія».

Як самостійний музично-хореографічний жанр національний балет виник у 20-30-х р. XX ст. Це пов’язано з відкриттям у 1925-1926 рр. в Україні державних оперних театрів. Постає питання про

створення оригінального балетного репертуару. Саме до цього часу відносяться перші композиторські спроби у цьому жанрі. У 1924-1926 рр. з'явився балет М.Вериківського «Ягелло» на історичну тематику, дещо пізніше балет «Весняна казка», який виявився першою спробою музично-хореографічної інсценізації однойменної драми О.Олеся.

Дослідженням історії українського народного балету займалися такі науковці, як Ю. Станішевський (в «Енциклопедії сучасної України» [8, 145-148] проаналізував історію розвитку українського балетного театру ХХ століття), М. Пастернакова (досліджує авторські хореографічні школи та їх вплив на становлення танцювальної системи в Україні – книга «Українська жінка в хореографії» [6]), М. Погребняк, який у розробці «Танець Модерн у художній культурі ХХ ст.» [7] вивчає погляди на розвиток танцю та його трансформацію.

Окрім того, цікавими і базовими для дослідження особливостей реформування балету і школи хореографії загалом стали теоретичні розробки таких авторів, як А. Дункан, Б. Ніжинська, М. Грехем, Е. Рабенек, І. Чернецький, З. Вербовій, В. Майя та ін.

Із аналізу досліджень вказаних авторів випливає, що танець – це один із засобів художньої рефлексії «через ритмопластично організовані в просторі й часі рухи тіла» [9, 145]. До сьогодні не припиняються дискусії навколо досвіду рефлективної сутності досвіду в хореографічному мистецтві, а також (у цьому ж контексті) навколо досвіду реформування галузі.

Для розуміння сутності проблеми й розробки напрямку проведення подальшого дослідження необхідно дати визначення таким поняттям, як «танець» і «хореографія», оскільки одні дослідники використовують вказані поняття, як синонімічно близькі, а інші – як різнорідні й різнозмістові поняття.

Для тлумачення термінів звернемось до енциклопедії «Балет». Тут танець трактується, як «різновид мистецтва, в якому «засобом створення художнього образу є рухи й позиції людського тіла», що виникли як результат художнього узагальнення [2, 503]. Сутність хореографії, як і у випадку з танцем, визначається ступенем художнього узагальнення рухової практики людини, умовністю музично організованих образно-виражальних рухів людського тіла [1, 564].

В обох випадках визнається просторово-часовий характер мистецтва, чиї виражальні засоби підкреслюють його часову (ритм, темп, динаміка, гармонійні рухи) і просторову (просторовий малюнок і композиція, поза і т.д.). Тобто, як бачимо, мова йде про один і той самий рефлексивний досвід, який, по суті, позначає два різних терміна.

Така ситуація склалася історично. Балетознавча наука намагалася дати визначення вказаним поняттям ще на початку ХХ століття. Але оскільки ще в 20-х роках ХХ століття пріоритетність дослідження була віддана балетній хореографії, танець залишився на периферії досліджень.

Про те, що саме слугує основою наукової рефлексії для сучасного балетознавства свідчить його класичне визначення: «…наука про балет, що включає теорію, історію хореографії, а також балетну критику» [9, 50]. Відповідно до такого визначення приходимо до висновку, що балет є основним об'єктом. Це знайшло відображення навіть у відповідній галузі мистецтвознавства. Разом з тим, слід розуміти, що «визначаючи поняття, ми перераховуємо якості багатьох об'єктів. Вбираючи в себе одиничне, поняття начебто обростає власною плоттю і набуває низки властивостей, які притаманні саме йому, а не предметам, які в ньому вміщені. Абстрактне поняття в жодному разі не вміщується ні в чому предметному. Інакше воно не буде всеохопним поняттям» [5, 19].

Разом з тим, балетознавство дало поштовх розвитку методологічної бази для всієї галузі хореографічного мистецтва. Проте з кола досліджуваних предметів викреслили всі види танцю, які не співвідносилися з об'єктом (власне, балетом). Через те багатьма теоретиками і практиками мистецтва в середині ХХ століття було запропоновано використовувати такі терміни, як «хореологія» і «танцезнавство». Це ніяк не виправило ситуацію, оскільки додало ще й плутанини в термінології.

Така трактовка об'єкта і предметів наукової рефлексії вимагає концентрації уваги на особливостях розвитку мови мистецтва і особливого художнього мислення, котре його створює, фіксує і виражає. Завдяки цьому, всі якісні характеристики типу творчості, який розглядається, виражають загальні (притаманні танцю як виду мистецтва) і особливі (виникають в мові відповідно до зміни форм танцювального мислення), а також можуть ставити загальну категоріальну основу для інтерпретації феноменів, що виникають в танці. В цілому, вірною є думка І.О. Дубнік: «Кожен з

типів хореографічної творчості, підпорядковуючись єдиним законам танцювального мистецтва, має і свої особливості. Ці особливості, що зазвичай є вторинними (в порівнянні хореографії з іншими видами мистецтва), стають принциповими і сутнісними у внутрішньосистемних рамках власне хореографії. Порівняльний аналіз класичного, народного, характерного, побутового, сучасного танців і танцю модерн виявляють специфічну образну природу цих типів хореографії, риси загального і особливого в структурі їх художніх образів» [3, 12].

Михайло Фокін, російський артист і соліст балету, балетмейстер і теоретик сучасного балету, почав говорити про професійний і аматорський танець саме в контексті балетної галузі. Причому різницю він окреслював через імпульс, який виникає чи не виникає і породжує специфічну рефлексію.

Про аматорство і дилетантство у балеті М. Фокін зазначав:

«- по-перше, якщо це професійний сценічний танець балетного театру, то він уже не є новим, а це серйозна, раціональна, гармонійна, складена система навчання, яка побудована на трьох видах-школах балетного театру – італійська (метод Блазіса, Чеккетті), французька (метод Вестріса, Тальоні, Гарделя), російська (метод Йогонсена, Чеккетті, Легата);

- по-друге, є певний вік навчання – професійний сценічний танець балетного театру – з 8-11 років упродовж 8 років;

- по-третє, якщо вже і трапилось так, що вік у бажаючого перевищує можливість вступу до професійної структури балетного театру, то важливим є хоча б правильне оволодіння певними азами професійної театральної гімнастики (класичним танцем)…» [10, 137-140].

Вивчаючи особливості розвитку і реформування хореографії, російський артист і соліст балету, балетмейстер і викладач, у книзі «Хореографічні відвертості» вивів принцип танцсимфонії, об'єднавши декілька видів мистецтва та розширивши межі поняття «хореографія»: «Танцсимфонія – це музично-хореографічний жанр, де основним сценарієм і лібретто для побудови хореографічного тексту в танці й балеті є саме музичний супровід. Музичні інструменти, певна тональність, музичний малюнок, темп, ритм, розмір, динаміка і характер є принциповими чинниками формоутворення хореографії – танцювальних партій, варіацій і характеристики сюжету. Саме завдяки танцсимфонії в балеті чи танці балетмейстр може не лише передати і візуалізувати музику, а надати глибокі психологічні і філософські характеристики танцю. Танцсимфонія можлива лише у високій виконавській майстерності» [4, 7-11]. Подібні дослідження і висновки ще раз підтверджують однонаправленність розвитку балетної галузі й хореографії.

Вищезазначене дає можливість сформувати основні напрями дослідження розуміння впливу системи реформування балетної галузі та її впливу на розвиток сучасного танцю.

Аналізуючи основні підходи до вивчення методів системи реформування балетної галузі та впливу реформ на розвиток сучасного танцю, приходимо до висновку, що, не зважаючи на розбіжності у термінологічному трактуванні понять «танець» і «хореографія», основний акцент робиться на рефлексивності досвіду. Відповідно, можна говорити про загальність і конкретність обох понять, де танець є лише одним із аспектів вираження поняття «хореографія».

Зважаючи на те, що в середині XX століття переважна більшість науковців сконцентрували свою увагу на розробленні галузі балетознавства, залишаючи поза увагою танець і хореографію загалом, можемо говорити про певну тотожність понять «балет» і «танець», а, відповідно, і про вплив реформування балетної галузі на розвиток і формування сучасного танцю.

Література:

1. Ванслов В.В. Хореография // Балет: энциклопедия. М., 1981. С. 564
2. Верковицкий В.А. Танец // Балет: энциклопедия. М., 1981. С. 503
3. Дубник И.О. Специфика художественной образности в хореографическом искусстве: автореф… канд. Филос. Наук. М., 1984. С. 12
4. Лопухов Ф. Хореографические откровенности М.: Искусство, 1972. 216 с. С. 7-11.
5. Милях А.С. Театр и метод (некоторые аспекты современного театроведческого исследования). Ч.1. Тольятти, 1995. С. 19.
6. Пастернакова М. Українська жінка в хореографії. Вінніпег ; Едмонтон : Союз українок Канади, 1963. 215 с
7. Погребняк М.М. Танець «модерн» у художній культурі XX ст.: дис... кандидата мистецтвознавства: 26.00.01 «Теорія та історія культури». К., 2009. 320 с.

8. Станішевський Ю.О. Балет // Енциклопедія сучасної України / Координаційне бюро Енциклопедії Сучасної України Нац. акад. наук України. К., 2003. Т. 2: Б Біо. С. 145 148.
9. Суриц Е.Я. Балетоведение // Балет: энциклопедия. М., 1981. – С. 50
10. Фокин М. Против течения. Л.: Искусство, 1972. 216 с. С. 137-140.

Бабенко Анна, *студентка магістратури НАКККІМ*

НАЦІОНАЛЬНИЙ КОСТЮМ: ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ В ПОБУТІ ТА ХОРЕОГРАФІЇ

Український національний костюм – це костюм, який використовується з давніх часів і до наших днів. Він має помітні особливості в залежності від конкретного регіону. Розподіляється в залежності від роду (чоловічий, жіночий), за віком (дитячий, підлітковий, перед весільного періоду, дорослий і зрілий) і нарядності (щоденний, святковий, для великих свят і весіль.)

Народний український костюм, як чоловічий, так і жіночий, відрізняється різноманіттям. Спільними характерними його особливостями являються простота форм, стрункість силуету, багатство оздоблення, насичений колорит.

Наш народ має і душу, і характер, і зовнішність. Його душа – то пісня, його характер – то танок, а от зовнішність – то самобутній національний одяг.

Традиційність нашого одягу має глибоке коріння, бо сягає ще часів Київської Русі! На формування національного костюму мали свій вплив різні фактори: історичний, побутовий, майновий, тому костюми представників різних регіонів України та різних верств населення між собою відрізнялися.

Традиційний одяг кожного народу є втіленням його самосвідомості та творчості. Народний одяг характеризується практичністю та водночас яскравістю й пишністю, насиченою колористикою. Ніби саму прекрасну природу втілено в тканині, полотні, вишивці, прикрасах. Ідея прикрасити себе давно стала не ремеслом, а відходом від буденності, проявом майстерності.

Колористика українського наряду будь – якого регіону традиційно біла, збагачена яскравими кольорами запасок, плахт, намиста, вінків.

Традиційні та найбільш поширені форми українського костюму, які зараз згадуються як національні, були сформовані у 19 ст. Узагальнивши можна виділити основні його елементи, притаманні для всієї території України.

Отож, для українського вбрання характерні:

Сорочка – вважається найдавнішою складовою жіночого та чоловічого костюму. Ще в часи Київської Русі вона була як натільною, так і частиною верхнього одягу. Сорочка могла бути полотняною або суконною. Чоловічі сорочки були коротші, схожі на туніки. Жіночі мали вишитий край.

Плахта – елемент святкового жіночого костюму, могла бути частково зшитою. На плахту йшла найбільша кількість домотканого полотна – близько 4 м! Плахта була дуже барвистою переважно в клітинку, могла вишиватися вовною або шовком.

Пояс-крайка – шився з домотканої тканини, часто оформлявся вишивкою, слугував засобом тримання одягу, тобто його необхідним елементом, але разом з тим, був ще й гарною прикрасою.

Запаска (опинка, обгортка, дерга) – належить до незшитого стегнового жіночого одягу – два шматка однотонного, товстого, неваляного полотна. Спочатку на жіночий стан одягали її задню частину, а потім кріпили передню (попередницю). Попередниця могла бути прикрашена орнаментом. Запаска носилася на роботу і була поширена практично на всіх теренах, але мала регіональні ознаки.

Спідниця (сандарак, літник) – поясний одяг для жінок, переважно червоних відтінків, виготовлений з вовняної або напіввовняної домотканої тканини. Понизу була прикрашена вишивкою. Складалася з кількох пілок (3-4), причому притичка (передня пілка) – могла бути з іншої тканини і мати інший малюнок.

Керсетка – жіноча безрукавка, яка шилася із фабричної тканини. Вона мала різні варіанти довжини, різні пропорції та оздоблення. Побутувала здебільшого у Наддніпрянщині та частково у Південній Україні. Могла підперізуватися поясом.

Намисто (корали та бурштин) – жіноча нагрудна прикраса, поширена на всій території. Яка доповнювалась дукачем – металевою монетою, яка займала центральне місце у намисті. Кількість разків намиста (до 25) та способи його обробки вказували на майновий стан жінки. Також кількість разків намиста залежала від наявності вишивки на сорочці: де її менше – там багатше намисто, і навпаки.

Штани – чоловічий поясний одяг, який мав різні форми та крій. У різних регіонах існували різні назви: гащі, шаровари, калошні, ногавиці, їх шили в основному з грубуватого саморобного полотна.

Жупан – різновид чоловічого та жіночого святкового верхнього одягу. Його наявність була ознакою добробуту, бо шився він з дорогих тканин. В різних регіонах мав різновиди: черкаска, курта, чумарка.

Головні убори жінок ділилися на типи: рушникові, чепці, шапки та жіночі вінки. Найпоширенішими були очіпок, намітка та хустка.

Очіпок – шита із ситцю шапка, головний убір заміжніх жінок. Зверху на нього намотували намітку або завивало (назва хусток).

Хустка – розповсюджений у всіх регіонах України убір для голови. Мала різні оздоблення та малюнки.

Головні убори чоловіків були досить різними, слід відмітити їх залежність від пори року, майнового стану та роду занять чоловіка. Матеріали теж були різноманітними – від соломи до хутра.

Однією з особливостей українського костюму є його кольорове оформлення. Колір одягу перебував у гармонії з навколишньою природою, тому і кольори були відповідні: білий світ, червоне сонце, чорна ніч.

Білий, червоний та чорний – найбільш поширені кольори на території України. Червоним кольором доповнювалися святкові костюми. Крім кольору, одяг урізноманітнювали вишивкою, вибійкою, тканням, нашивними прикрасами.

Ось таким різноманітним, багатобарвним був традиційний одяг українців, який слабкими відголосками, у вигляді українських вишиванок дійшов до нашого часу.

Чіткого розмежовування не було ні в кордонах етнографічних регіонів, ні в одязі. В реальному житті традиції різних регіонів взаємопереплітalися і змішувалися, представляючи всім своє колоритне забарвлення. Але головним залишається одне, що все це різноманіття є багатьма гранями єдиного феномену – народного вбрання – частки душі української, що існує невідривно від прекрасної нації, яка його породила.

Сценічний костюм – необхідна складова художнього образу. Він надає глядачеві інформацію про місце, час дії, національних і локальних особливостях сценічного мистецтва і допомагає виконавцям яскравіше розкрити концепцію твору. Концертні костюми, створені за мотивами народного одягу, відрізняються від фольклорних тим, що вони адаптовані до глядацького сприйняття: краще підкреслюють рухи артистів, допомагають створити певний настрій, підсилюють емоційність дії.

Необхідність змін першоджерела (народного одягу) вимагає встановлення евентуальних меж його трансформації та виявлення арсеналу художньо-виражальних засобів і прийомів для створення сценічного костюму.

Відомі дослідження сценічних костюмів, створених за мотивами українського традиційного одягу, що стосуються методів мистецтвознавчого аналізу, які висвітлюють проблеми трансформації першоджерела, художні особливості концертних костюмів і символіку традиційного і сучасного сценічного костюмного коду.

Перші українські хори та ансамблі використовували традиційний святковий одяг в якості сценічного. Застосування святкового одягу направлено на створення урочистої атмосфери значущості події.

Сьогодні в Україні теж є значна кількість фольклорних колективів, які намагаються максимально точно передати характерні особливості народного костюму. Для цього використовують раритети, так би мовити речі «із бабусиної скрині», з виробами, виконаними «під старовину» сучасними майстринями.

Збереження традиційного крою та використання відповідних матеріалів для створення сценічних варіантів народного одягу, доповнення відповідним взуттям і головними уборами сприяють дотриманню стилю фольклорного танцю. Василь Верховинець, перший теоретик

українського народного танцю, дотримувався правила, щоб костюми були якомога ближче до оригіналу, оскільки від них залежить правильне виконання танцювальних рухів.

З новаторськими підходами сучасної сценографії до декорацій та світлово-тонального наповнення сцени автентичний народний стрій вимагає певної адаптації або стилізації. Типовим для декору концертних костюмів є наявність укрупнених мотивів і насичених контрастних сполук теплих і холодних фарб. Таке художнє рішення сприяє тому, що візерунки краще сприймаються з великої відстані.

Локальний архетип народного костюму може бути відтворений в сценічному одязі як «образ-символ» – узагальнений комплекс найбільш характерних якостей, рис етносу. Він знаходить вираз у посиленні контрасту колірного і силуетного рішення, збільшенні окремих частин костюма (наприклад вінків), збільшення орнаментальної площі та елементів декору. Такі костюми створюються на етнографічній основі.

Другий тип образності в сценічному одязі – бутафорія або гротеск. Для нього характерні гіперболізація окремих елементів костюма і введення реквізиту. Речі грають на сцені разом з артистом, костюм характеризує його з соціальної та психологічної точки зору. Для таких танців виконавці використовують атрибути: топірці, списи, шаблі, пістолети, сумки, віночки, гілочки, букети.

Третій тип образності – асоціативний. Джерело прочитується в концертному одязі не відверто, а тільки «натяком». Головним чином костюм передає саме характер, емоції, настрій сценічного дійства, а не історичне першоджерело народної спадщини.

На художньо-стильове вирішення сценічного костюма впливає освітлення сцени, закономірності візуального сприйняття і концепція хореографічного твору, утилітарна функція сценічного костюма, тенденції в побутовому одязі і економічний чинник. На основі проведеного аналізу визначено деякі принципи стилізації костюма народно-сценічної хореографії: узагальнення, гіперболізація елементів костюма або декору, асоціативне рішення.

Культура народу – це його пам'ять. Ми повинні відновлювати духовні, моральні цінності наших традицій, які втрачаються. Найстрашніше для нації – це духовна криза народу, який не знає своєї історії, культури, мови. Незважаючи на всі лихоліття, що зазнав український народ протягом багатьох віків, він зберіг і доніс до нас скарби народної творчості, духовну і матеріальну культуру, яку творили наші предки.

Одяг, як і музика, допомагає розкрити танцювальний рух, характер і образ танцю, настрій, надає емоційності. Одяг – явище матеріальної культури, яке формувалося в залежності від хореографічного положення, природних умов, умов життя та естетичних смаків. В ньому багато елементів вишивки, яка є оберегом ткацтва, прикрас, різновидності покрою, пропорцій. Кожна деталь костюма повинна бути підпорядкована кольору, орнаменту і традиційним манерам одягатися відповідно до етнічних вимог. Одяг повинен становити одну прекрасну композиційну цілісність.

Переглянувши виступи народних колективів і державних ансамблів, які брали участь у конкурсах імені П. Вірського, треба відмітити той факт, що ряд колективів продемонстрували високу майстерність, професійність. Ці ансамблі вдало поєднували танець, музику, одяг, пошитий за зразками давнього вбрання свого регіону. Але прикро за таких хореографів, які не вивчають історію національного одягу України і навіть того регіону, який представляють. І як результат – велика еклектика в сценічних костюмах цих колективів.

Якщо це фольклорний автентичний танець, то костюм повинен відповідати не тільки етнічній групі, але й епосі, в якому він зародився. Якщо танець є інтерпретацією самого балетмейстера, тоді стилізація сценічного одягу повинна відповідати вимогам національної приналежності.

Тільки високий професійний рівень нашого мистецтва: хореографії, музики, одягу створює громадську думку як про нашу культуру, так і про весь наш народ.

Література:

1. Стамеров К. Нариси з історії костюмів. Частина І . К.: Мистецтво. 1978. 243с.
2. Стамеров К. Нариси з історії костюмів. Частина ІІ. К.: Мистецтво. 1978. 173с.
3. Николаєва Т. Украинская народная одежда .Наук. думка, 1988. 247с.
4. Традиційне вбрання українців – це вишиванка або українська вишита сорочка. URL: http:// h.ua/story/266964/.
5. Українська вишиванка Альбом Видавництво Київ «Мистецтва» 1993.
6. Український народний одяг. Торонто .Філадельфія. 1992. с. 209.

7. Українська народна вишивка (Інформаційний проект «Україна» порталу AtlasUA.net).
8. Українське народне декоративне мистецтво //Тканина та вишивка , табл..29;
9. Українське народне мистецтво.// Тканина та вишивка..Альбом.,К.. 1960, с.69.;
10. Український рік у народних звичаях в історичному освітленні. К.: АТ «Обереги», 1994 Кн. І. т. 1: (Зимовий цикл) 400с.
11. Ульянова Л. Сучасна українська вишивка. Народна творчість та етнографія.,1970. №1. С .13-19.
12. Франко І. Я. Галицько-руські народні приповідки. Етнографічний збірник, Львів, 1905. т. 10 .с. 102.

Базалій Вікторія, *студентка магістратури НАКККІМ*

ДЖАЗ-ТАНЕЦЬ ТА ЙОГО ВИДИ, ЯКІ ОТРИМАЛИ ВИЗНАННЯ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ У СУЧАСНІЙ ХОРЕОГРАФІЇ УКРАЇНИ

Джазове мистецтво є синтезом декількох жанрів мистецтва. А сама джазова хореографія є сукупністю багатьох різноманітних елементів з різних танцювальних напрямків, що мають дуже широкий діапазон розповсюдження та дуже вдало поєднались між собою. Хоча від самого початку свого існування джазовий танець зароджувався як виток з африканського корінного побутового танцю, з часом він отримав певних видозмін та удосконалень, завдяки чому можна прослідкувати еволюцію від примітивних ритуальних африканських танців до сучасної сценічної форми, яка отримала визнання у сучасній світовій культурі. Джазова хореографія отримала неймовірну кількість шанувальників та послідовників по всьому світі, що надалі займаються удосконаленням та розповсюдженням джазової техніки. Це в свою чергу за весь час своєї історії існування призвело до градації джазового танцю на велику кількість видів, які безперервно продовжують розвиватись та удосконалюватись, не зупиняючись на досягнутому.

Слід зазначити, що на сучасній українській сцені джазова хореографія ще не досягла тих масштабів розвитку, що могла би, яку вагу має джазова культура у зарубіжній. Насамперед, це зумовлено малою обізнаністю вітчизняних хореографів. За наявності невеликої кількості доступної для загального користування інформації та достовірної науково-обґрунтованої літератури у даному напрямку досить складно зрощувати та виховувати нове покоління спеціалістів з джазового танцю. Але незважаючи на це, слід зазначити, що існують дослідники, що працюють над опануванням джаз-танцю та створюють літературні праці, а саме слід відзначити Ю. Нікітін, В. Конен, Н. Олександрова, Н. Макарова, Д. Шаріков, Н. Шереметьєвська.

Джазовий танець за часів своєї появи був зовсім інший стиль, в порівнянні з тим, що люди бачать сьогодні. Коріння танцю йдуть до часів чечітки і ритмам джазу – музики, на яку вплинула африканська культура. Хоча часи змінилися, і стиль цього танцю зазнав істотних змін, джазовий танець як і раніше неможливий без ритмів джазу або африканської музики. Це ключовий момент, який є основоположним в культурі джазового танцю.

За своїми витоками вважається, шо джазовий танець виник на основі чечітки, яка масово поширилася в кінці 1800-х років, прийшовши з афро-американської культури. Джаз з'явився в США після того, як на американський континент почали масово завозити чорношкірих рабів з Африки. Батьківщиною джазових танців по суті є Африка та американські чорношкірі раби. Фольклор чорного континенту тісно переплетався з культурою десятків національностей, які живуть в США. Варто відзначити, що чечітка, яка є прабатьком джазових танців – це не тільки афро-американський вид мистецтва, частково чечітка також сталася від ірландських народних танців.

Згодом танець почав змінюватися, і до середини 1800-х років джазовий танець був остаточно відокремлений від чечітки і став самостійною формою мистецтва. На початку 1900-х років стали дуже популярні такі танці як кейквок, чарльстон, джіттербург, свінг і лінді-хоп, які всі були різновидами джазових танців. Сьогодні ж, джазовий танець розвинувся в сучасну театральну постановку, в яку також було включено балет.

Сучасний джазовий танець зазвичай виконується в театрі. Для подібного виду театральної вистави, танцюристи повинні бути в прекрасній формі: в танці досить багато акробатики, що і є особливістю сучасного джазового танцю.

Таким чином розвиток американського джаз-танцю пішов шляхом його театралізації. Знамениті постановки мюзиклів на Бродвеї, створили новий жанр театрального і танцювального мистецтва. Джаз-танець став невід'ємною частиною прославлених постановок і привів до появи свого нового різновиду – бродвейського джазу. Для віртуозного виконання танців у бродвейських постановках використовувалися танцівники з класичною школою. Джаз здобуває риси класичної форми. Це злегка веде убік від імпровізаційно-навмисної волі, властивий джаз-танцю споконвічно, але стає одним зі шляхів його подальшого розвитку. Але перед тим як остаточно скластись у довершену сценічну форму, цей джаз пройшов декілька етапів трансформацій, а саме до них можна віднести мюзикл, мінстрел-шоу, бурлеск, водевіль та рок-оперу.

Мюзикл є особливим жанром сценічного мистецтва, в якому гармонічно поєднались драматичне, хореографічне, музичне та вокальне мистецтво. На сучасному етапі є одним з найскладніших та специфічних жанрів, в якому знайшли своє відображення майже всі стилі сценічного мистецтва.

Існування в 19 ст. американського театру поза офіційної ідеології зумовило розвиток його самих простих форм, розрахованих на звичайного та невибагливого глядача. Найпоширенішими почали ставати бродячі трупи, малий склад яких обумовив їх репертуар: загалом це були комічні, короткі номери, музичні та танцювальні сценки. Такі трупи були вимушені освоювати «місцевий колорит», а саме – негритянський фольклор, у зв'язку з конкретними інтересами глядачів, від яких залежав матеріальний благоустрій трупи. Так у 19 ст. сформувались американські театральні жанри, які мали розважальну функцію.

Серед них були мінстрел-шоу, які спочатку являли собою коротенькі комічні сценки у виконанні білих акторів, замаскованих під негрів, пародуючих їх побут, музику та танці. Занурення у негритянський фольклор призвело до зародження у мінстрел-шоу джазу. Уявляється, що саме тому цей жанр зіграв особливу роль у формуванні музичного та театрального мистецтва.

Бурлеск, з'явившийся в Європі, був свого роду травестією (пародія на серйозні театральні жанри), у Штатах перетворилась у збірник різноманітних естрадних номерів, заснованих на двозначності та непристойності. А головною «родзинкою» жанру стала наявність стриптизних номерів у виставах.

Водевіль – на відміну від своєї європейської версії, як правило, не мав загального сюжету. За своїм змістом більш наближався до вар'єте, де номери ішли один за одним у довільному порядку. Різновидом водевілю можна вважати ревю, у якому номери об'єднувалися деякою тематичною лінією.

А єдиним музично-театральним жанром, який зберіг своє європейське коріння, була оперета. Саме оперети англійських, французьких та австрійських авторів користувалися великою популярністю наприкінці 19 ст.

Але на початку 20 ст. стався революційний прорив у розвитку світової культури, а саме формування та становлення джазу як нового родового поняття музичного мистецтва. Джаз поступово ставав не просто музикою, а й образом мислення, він проникав у всі сфери художньої культури, враховуючи насамперед театр. Поступово джазові музичні композиції набували все більшої популярності та розповсюдження. Все складніше ставало відшукати виставу музично-комедійного жанру, яка б не включала у себе джазових номерів. Якісний стрибок музично-театральних вистав ставав неминучим. Саме джазове мислення об'єднало всі, які не зовсім відрізнялися один від одного, музично-видовищні жанри на нових засадах, придав їм легкого та поверхневого характеру неочікуваної глибини. Зміна характеру музики безпосередньо мала вплив на принципову зміну драматургічної основи. Таким чином на перехресті непоєднуваних художніх напрямків виник мюзикл.

В бродвейських мюзиклах танець був широко представлений задовго до того, як Агнес де Миль поставила в 1943 відому «Оклахому!». Саме ця постановка ознаменувала нову епоху у розвитку мюзиклу – епоху синтезу музики, слова та руху. Після «Оклахоми!» у жанрі мюзиклу почали працювати високоякісні хореографи. При усій синтетичності жанру мюзиклу, його головною ознакою не є обов'язкова наявність у виставі сцен з діалогами. Також існують мюзикли, які були написанні та поставленні як би в оперній манері, вони отримали назву «рок-опера». Але насправді з мюзиклом їх споріднює загальний засіб акторського існування, коли будь-який засіб акторської техніки, чи то танець, вокальний або пластичний номер стає для виконавця абсолютно органічним у

вираженні емоцій та думок. Цей яскравий театральний жанр повинен поєднуватися з природністю переходу від одного засобу вираження до іншого.

Якщо розглядати питання популяризації бродвейського джазу на українській сцені, то неодмінно треба згадати про Олену Коляденко та її «Freedom Ballet», які вдало перенесли атмосферу та традиції Бродвею до українського глядача. Безліч постановок існують вдалими прикладами всіх сценічних форм бродвейського джазу.

Афро-джаз – це енергійний і яскравий стиль танцю, який є сполучною ланкою сучасного джазу і його африканського попередника з давніх часів. Між ними чимало спільного, але і відмінності очевидні – історично-культурний африканський танець не відрізняється віртуозністю, проте несе дуже високу релігійну значимість. У той час як сучасна інтерпретація більш танцювальна і динамічна. Яскрава і запальна суміш етнічних ідей і хореографії джазу породила стиль танцю афро-джаз. Вона дозволяє об'єднати голоси предків, музику сучасності, створюючи єдиний мотив вічності. Тут чергуються яскраво виражені африканські ноти з поворотами і гарними вигинами, а також кроками, пластикою і жестами. Практично будь-які емоції можуть бути виражені через емоційно-насичену пластику тіла – пристрасть, тугу, страх танцюрист показує рухом стегон, викиданням рук і ніг, супроводжуючи це все власним голосом. Завдяки ритмічним ударам барабанів, немов в хіп-хоп музиці, танцюристи переносяться під промені палючого сонця, а на піску, гарячому як вугілля, рухи стають ще більш живими, насиченими і енергійними, рятуючи від спеки розпеченої землі.

Саме афроамериканські традиції за творчістю американського хореографа Елвіна Ейлі дали значний поштовх для перетворення джазового танцю на більш сценічний жанр мистецтва та його поширення за межі США, а саме на європейську сцену. Джазове виховання за творчістю видатного американського хореографа Елвіна Ейлі базувалось на опануванні не лише технічних принципів виконання, а й історії танцю, театрального дизайну, музичної грамоти для танцівників та побудови танцювальної композиції. Його діяльність в рамках власної компанії відрізнялась високим рівнем професіоналізму та була спрямована на «підвищення самооцінки, креативної виразності та навичок критичного мислення в танці». Метою його компанії було розкриття таланту його афро-американських колег, хоча компанія ніколи не складалася виключно із чорних танцівників. Елвін Ейлі підтримував своїх танцівників в індивідуальному наповненні та емоційному вираженні, яка давала зірок танцю першої величини в Американському сучасному хореографічному мистецтві. Так його танцювальний спектакль «CRY» показав нерозривний зв'язок між танцюючим тілом та досвідом життя чорної жінки в Америці. Таким чином велика кількість постановок Елвіна Ейлі були сповненні експресією та розкривали самобутність та індивідуальність кожного танцівника. Отже, спадщина творчості Елвіна Ейлі для світової танцювальної культури полягає у вільному виборі танцівника між балетом та джазовим танцем, для максимального вираження людиною свого внутрішнього стану засобами руху, поз та жестів.

Афро-джаз – активний танець, оголяє почуття і емоції. Через рухи він дозволяє передати весь спектр емоцій, керуючись тільки пластикою стилю. На даному етапі розвитку афро-джаз маю певну класифікацію рухів та техніку виконання, завдяки високій популярності є дуже розповсюдженим видом хореографії як на Україні, так і в інших європейських країнах. Також входить до переліку дисциплін в сучасній хореографії у вищих навчальних закладах України мистецького спрямування.

Що стосується інших ланок джаз-танцю, не слід забувати про блюз-джаз, який є як витоком від бродвейського джазу, так і достатньо самостійним видом джазової хореографії. Так само як і бродвей-джаз, знайшов свою велику аудиторію шанувальників та танцівників на українській сцені. Блюз-джаз є більш пластичний варіант джаз-танцю. Його особливість – уявна незалежність частин тіла один від одного. Виконання цього танцю вимагає великої майстерності і довгих, наполегливих тренувань. Рухи танцюриста відточені, виконуються з легкістю і чіткістю, і глядачеві невтямки, що цієї філігранної техніки передували роки наполегливої праці.

Увібравши в себе на початку 20 століття віяння модерну, джаз-танець поповнився ще одним різновидом – джаз-модерном. На відміну від класики, де акцент робиться на відштовхуванні, як в балетних стрибках, в джаз танці рух направлено до землі. Джаз-модерн активно освоює техніку інших танцювальних стилів, таких як ліричний танець, хіп-хоп, сучасний танець.

На сьогодні джаз-модерн найбільш інтригуючий, емоційний і неоднозначний танець. Це не просто сила, імпульс, координація, гнучкість і спритність. Джаз-модерн – це стан душі, енергетика,

пристрасть, любов, філософія, пізнання самого себе і навколишнього світу через танець. У цьому стилі можна побачити і класичні балетні па, і модерні ламані руху, і хіп-хоп стрибки, і латиноамериканські «хвилі», і акробатичні трюки з брейк-дансу. Але все це не виглядає набором запозичених рухів. Навпаки, незважаючи на те, що джаз-модерн поєднує в собі протилежності, цей танець виглядає гармонійно, всі рухи зливаються в одну пластичну й енергійну композицію, висловлюючи внутрішній світ танцюриста. Танець у стилі джаз-модерну володіє багатим набором виразних засобів, що робить його вільним і яскравим видовищем і відкриває безмежні можливості для танцюриста. Ні балетні техніки, ні джазові імпровізації не обмежують виконавця якимись строгими стандартними рамками – тільки політ фантазії і сильні, пластичні рухи. Джаз-модерн називають одним з найбільш вимогливих танців у світі, адже для його виконання недостатньо вивчити техніку, зв'язки і елементи танцю, а потрібно зібрати в одне ціле витривалість, силу, ясний розум і творчість.

Саме джаз-модерн отримав дуже велику прихильність у сучасній українській танцювальній культурі. Будучи одним з найпопулярніших видів сучасній хореографії, джаз-модерн отримав визнання великого масштабу. Саме його викладають та вивчають у професійних комерційних студіях, самодіяльних колективах та навчальних закладах. Велика кількість майстер-класів проходять безупинно по всій території України, як від майстрів вітчизняного хореографічного мистецтва, так і від зарубіжних викладачів. Одним з найяскравіших представників джаз-модерну в Україні можна вважати Раду Поклітару. Дуже важливим фактором масового розповсюдження джаз-модерну є його високий рівень використання у медіа-просторі, завдяки чому цей вид сучасної хореографії широко використовується у багатьох телевізійних проектах на каналах українського телебачення та інтернет-ресурсах.

Невід'ємна частина танцю – імпровізація. Вона буквально пронизує все, де є джаз-модерн та тісно з ним пов'язана. Експресія і ритм джазу разом з пластикою класики і чуттєвістю модерну народжують неординарні композиції, які йдуть з глибини душі танцюриста. Якщо танець хочеться виконати босоніж – будь ласка, без музики – і це можливо. Повна свобода в тому, що стосується особистих емоцій виконавця. Чи не тому джаз-модерн називають іноді танцем для неординарних особистостей?

Фольк-джаз танець є достатньо молодим та своєрідним феноменом сучасного танцю в українській культурі. Як і джаз-модерн, він завдячує своєму розповсюдженню та використанню на деяких телевізійних проектах. Ми маємо право зазначити, що поява саме цього підвиду джазового танцю, зумовлено тим, що саме на території нашої країни є тенденція до збереження традиційної культурної спадщини в хореографії, що й призвело до існування такого виду хореографічного мистецтва, як народно-сценічний танець. Саме шляхом синтезу цих двох напрямків в хореографії утворився фольк-джаз танець.

Не менш поширений серед українських хореографів різновид джаз-танцю – це соул-джаз. Хоча серед всіх вище зазначених стилів, соул має більш вузьке коло шанувальників. Ліричний джаз, або соул – один з напрямків сучасної хореографії, що є більш чуттєвим, театральним та виразним, що зародився в США на початку 20-го століття. Соул об'єднує в собі кілька напрямків і технік: західні танцювальні течії і східні – дихання і контроль над власним тілом. Це не тільки танець, що складається з пластичних рухів, акробатичних і гімнастичних елементів, а й глибоке вираження почуттів і емоцій, як маленька історія або спектакль. Ліричний джаз може виконуватися як стоячи, так і на підлозі, чергуючи натягнуті і напружені м'язи з різким розслабленням всього тіла або окремих його частин, з падіннями і підйомами, що і відрізняє цей жанр від інших. Також робиться акцент на подоланні сили тяжіння, легкості і тонкощі рухів, роботі з вагою і зміні центра ваги тіла.

Джазовий танець залишив величезний слід в традиціях і культурі всього світу. Стилі і методи постійно змішувалися, підбиралися їх поєднання – відбувалася постійна еволюція та поліпшення танцю. Джазовий танець почався з афроамериканців, коли раби, завезені з Африки, почали танцювати на американській землі. Зазвичай люди думають, що чорношкірі просто працювали на американській землі, але насправді вони також сприяли розвитку культури цієї країни. Джаз-танець пройшов шлях реформації від виконання звичайними людьми до професіональної техніки. На зорі свого зародження джазовий танець виконували звичайні люди, які знаходили в танці самовираження в звичайних тинках. Сьогодні джазовий танець виконують професійні танцюристи, яких спеціально навчають цьому виду мистецтва. Так і на Україні існують шляхи професійного опанування джаз-

танцю та його видів. Хочу для української публіки ця гілка хореографічного мистецтва є досить новою та не до кінця дослідженою, популярність джазової хореографії зростає з кожним роком все більше і більше, що багатьма факторами позитивно впливає на стан та якість професійного виховання сучасних хореографів.

Література:

1. Александрова, Н.А. Джаз-танец: Посібник для початківців: навч. посіб. Пб. : Лань: Планета музики, 2012. 192 с. (Підручники для вузів. Спеціальна література.).
2. Нікітін, В. Ю. Модерн-джаз танець: методика викладання: учебнометод. посібник. Моск. держ. ун-т культури і мистецтв. М.: МГУКИ, 2003. 112 с. Бібліогр .: с.112. - 35.
3. Нікітін, В.Ю. Джазовий танець. Історія. Методика. Практика: навч. посібник; Моск. держ. ун-т культури і мистецтв. М.: МГУКИ, 2014. 311 с. : Ил. Библиогр .: с. 309-310.
4. Нікітін, В. Ю. Композиція в сучасній хореографії: учеб.-метод. посібник; Моск. держ. ун-т культури і мистецтв. М.: МГУКИ, 2007. 164 с. : Ил. Бібліогр .: с.156-164.
5. Нікітін, В.Ю. Майстерність хореографа в сучасному танці: навч. посібник; Ріс. ун-т театр. мистецтва ГИТИС. М.: ГІТІС, 2011. 469, [1] с. : Ил. Додаток .: с. 439-464. Библиогр .: с. 464-469.
6. История джазового танца.URL: https://4dancing.ru/blogs/230614/1786/

Дударчук Ірина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ВПЛИВ ТЕНДЕНЦІЙ РІЗНИХ МИСТЕЦТВ НА КУЛЬТУРУ БАЛЕТУ XX СТОЛІТТЯ

Період XX століття відзначається в історії як рубіж між догмами класичної культури та виникненням нових мистецьких ідей, форм, світоглядів. Він характеризується конфліктністю та зіткненнями тенденцій різних видів культури. Можна відзначити таких композиторів, музика яких супроводжувала на той час балетні вистави: І. Стравінський, Н. Черепнін, С. Прокоф'єв. Серед балетмейстерів слід виділити М. Фокіна, Ж. Баланчина, Ф. Лопухова. Художнім оформленням займалися: А. Бенуа, Н. Реріх, Л. Бакст. Всі ці митці, а також деякі інші були приречені на успіх, оскільки саме ним вдалося зробити свій внесок не лише у вітчизняну культуру балету, а й в світову. Втім деякі з них лишили велику сцену і залишились відомі на сьогодні лише певній кількості професіоналів. *Метою доповіді* став аналіз культурних явищ Срібного віку – синтез різних мистецтв, нові естетичні віяння, реформаторська діяльність митців. *Актуальність дослідження* зумовлена потребою більш детального дослідження умов, які передували модерністичним зрушенням, визначення ролі окремих персоналій як відомих, так і маловідомих, завдяки яким відбулося становлення нової епохи балету Срібного віку.

Прийнято вважати, що саме в першій третині XX століття зародились наймасштабніші та найфеноменальніші культурні відкриття за все століття. Слід відзначити внесок художньої групи «Світ мистецтва», яка під впливом нових ідей пропагувала видовищну сторону балету. В основному, це було пов'язано з шаленим творчим здобутком Дягілева. В основу сценографії члени групи поклали цілісну концепцію спектаклю. Сценографія базується на хореографії, рухах артиста, а його костюм повинен дув стати завершальним рухливим мазком який довершував загальну картину вистави, де танець був співзвучний з музикою. На думку творців, яскраві костюми, які рухались, вже створювали кольорову атмосферу на сцені.Саме завдяки цьому «костюмному конфлікту», який найчастіше проглядаються в діяльності Фокіна, ритм сценографії набув змісту на наповненості. За цим новим принципом вважалося, що кольорова гамма костюмів повинна відповідати загальній кольоровій гаммі і відтворювати «музику кольору». Сценографія балетів «Російських сезонів» була нічим інакшим як втіленням музичної та хореографічної драматургії і стала новим щаблем в історії становлення балетної сценографії.

Наступною важливою тенденцією в російському балеті XX століття полягало в домінуванні музикального начала. Від нині композитор не повинен відповідати балетмейстеру. Відомий історик балетного мистецтва В. Красовська зазначала, що «змагатися з музикою, часом пере

можливо на вигляд, пробували вслід за художниками і сценаристи, хореографи і режисери, що прийшли в музичний театр із драми. Під їх поєднаним натиском музика відходила на другий план. Але така перемога над музикою незмінно виявлялась бенкетною перемогою» [6, 456]. Найвищою точкою розвитку цього напрямку стала діяльність композиторів І. Стравінського, С. Прокоф'єва, Н. Черепніна. У їх творах: «Жар-птиця», «Петрушка», «Весна священа», «Блазень», Сталевий скок», «Блудний син», «Нарцис і Ехо» – хореографічні форми і закономірності вже не впливають на музику так, як це було раніше. На зміну моделі «детальна залежність музики від хореографії» приходить «максимальна незалежність» та «протиборство». Із музики, – відмічає І. Солертинський, постає оптичне бачення – сценографічна картина. Композитор натхненник балетмейстера; художник – співавтор» [2, 749].

Діячі Срібного віку чималу увагу приділяли стихійній силі танцю. Тому на цей період розквіту зазнають творчість М. Фокіна, а також композиторів, які працювали з ним і виділяли так звані «оргіастичні» моменти. «Оргіастичними кульмінаціями» з етнографічною тематикою М. Фокін користувався в «Половецьких плясках», в опері А. Бородіна «Князь Ігор». Пропагував цей прийом «оргіастичного начала» і відомий поет В. Іванов. Саме в своїй роботі, яка називалася «Нова органічна епоха і театр майбутнього» автор констатував невдоволеність тогочасним театром, тому започаткував нову ідею театру, який повинен наблизитись до «верховної, безумовної реальності». В. Іванов сказав: «Театри хорових трагедій, комедій і містерій повинні стати осередком творчого або пророчого самовизначення народу; і тільки тоді буде остаточно вирішена проблема злиття акторів та глядачів в одне оргійне тіло, коли, при живому і творчому посередництві хору драма стане не зовні прикладеним видовищем, а внутрішньою справою народної общини» [5, 50]. На думку Іванова, важливе місце в реалізації такого задуму займав танець. «Екстатична пляска, пробуджуюча «оргіастичне начало» в людині, і виводить його за межі власної індивідуальності до горизонтів соборної особистості, – це не просто особливий вид танцю, а символічне втілення «кругової плиски мистецтв» [5, 50].

Пізніше, в рамках цієї нової розробленої лексики були спроби адекватного опису сприйняття сучасного балету. Видатний музикознавець Б. Асафьєв проаналізував «Весну священну» І. Стравінського і сказав наступне: «Коли вперше виконувалась віща містерія І. Стравінського, ставало моторошно від пронизуючого доторку з прихованою від людського ока таємничою роботою стихійних «сил потайних» [1, 38].

У революційний 1917 рік радянський балет втратив багатьох талановитих хореографів, композиторів, танцюристів, які залишились за кордоном, однак продовжив пошуки нового стилю та хореографічної лексики. В Москві та Петрограді відкриваються нові студії А. Дункан, Л. Лукіна, майстерня Форрегера, «Молодий балет» Баланчівадзе. «До початку 1930-их років експерименти у всьому російському мистецтві, в тому числі і хореографічному, стали сприйматися владою як небажане свавілля і відхід від традицій. Багато студій було закрито, почав формуватися офіційний метод соціалістичного реалізму» [7, 113]. Все відбувалося під гаслом «Мистецтво – могутня зброя політичної боротьби!» Злиття сучасності та мистецтва дуже вплинула на розвиток оперного, драматичного та балетного театрів. На засадах футуризму, конструктивізму, експресіонізму працювали балетмейстери Ф. Лопухов, К. Голейзовський. Балет збагатився елементами спорту, акробатики та нової пластики. Саме в 1930 рік виникає новий вид спектаклю – драмбалет, який переслідував ідею драматичного змісту балету, його започаткував у своїй творчості А. Горський.

Першим правилом драмбалету було те, що в якості першоджерела для сюжету спектаклю бралися твори класичної літератури. Часто на постановку спектаклю запрошувалися режисери драматичного театру або ж балетмейстер сам брав на себе обов'язок щодо створення сценічно-зображувального тексту. Художнє оформлення орієнтувалось на відтворення життєвої конкретності та історичної достовірності. За рахунок того, що в хореографії почали застосовувати побутові рухи, танцювальні рухи почали збіднюватися. Стиралась корінна відмінність між сценічно-зображувальним текстом балету та сценічно-зображувальним текстом драми. Досвід створення драмбалету, його аналіз та численні дискусії, були дуже корисні, оскільки дозволили сформувати ряд нових естетичних положень.

Наступним дискусійним питанням драм балету стало те, чи може текст будь-якої драми бути переданий мовою рухів чи в цьому плані її можливості обмежені. Сучасне мистецтво вважало, що текст різної складності може бути придатний до перекладу на мову балету. Доктор мистецтвознавства В. Ванслов сказав: «Тим не менш, балетному спектаклю в цілому можуть бути доступні будь-які, укладені в літературі ідеї, які відносяться до сутності і сенсу життя [3, 14].

Звертаючись до музики та хореографії балетів XX століття, варто відзначити творчість Б. Асафьева – автора 28 балетів, а також засновника національних принципів науки про сучасне балетне мистецтво. Він був творцем хореодрами і став провідним балетмейстером свого часу. Його роботи були поставленими чудовими вітчизняними балетмейстерами: В. Вайноненом («Полум'я Парижа»), Л. Лавровським («Кавказький полонений»), Р. Захаровим («Бахчисарайський фонтан») та іншими. Будучи музикознавцем, він вивчав балет на різних історичних етапах розвитку, був серед перших, хто зрозумів діалектику музичного та хореографічного процесу. Асафьєв увів певні специфічні балетні градації, які представив наступним чином:

1. Танець розвивається музикально:
- в безпосередньо даних танцювальних (ритмічних) формулах;
- у втіленні цих формул в процесі тематичного розвитку;
- в ліриці Adagio.

2. Хореографічне дійство втілюється музикою:
- через комбінування звучань, направляючих мімодраму;
- через розвинуті мімічні сцени;
- через характеристику діючих осіб;
- живописні моменти відповідають прийомам музикальності [4, 138].

Б. Асафьєв наполягав на складному комплексному розумінні структури балету і його впливу на глядача, характеризуючи його як глибоке і синтетичне мистецтво.

Можна сказати, що в період XX століття остаточно сформувалась і ствердилась думка про те, що балет – синтетичне мистецтво. Проте взаємодія хореографії, музики та сценографії розвивалась вкрай непередбачувано та стрибкоподібно – від прагнення максимально наблизитись одне до одного до повного їх розходження. Звідси напросився висновок, що балет у взаємодії з іншими видами мистецтв не повинен втрачати свого обличчя, не розчинятися в них та не перетворюватись на копію.

Отже XX століття стало періодом плідного розвитку балету, набуття ним нових тенденцій, кардинальних змін та естетичного переосмислення. Попри несприятливі політико-економічні умови, все одно було здійснені небувалі досягнення, які лягли в основу нової хореографічної концепції. Балет наділився високим авторитетом в колі тих видів мистецтва, які прогресивно розвивали свої форми.

Література:

1. Асафьев Б. О балете: Статьи, рецензии, воспоминания. Л.: Музыка, 1974. С.38.
2. Бенуа А. Александр Бенуа размышляет: Статьи, письма, высказывания / Под ред. И.С. Зильберштейна, А.Н. Савинова. М., 1968 С.749.
3. Ванслов В. Статьи о балете. Л., 1980. С.14.
4. Воспоминания о Б.В. Асафьеве. Л.: Искусство, 1974. С.138.
5. Иванов В. Родное и вселенское. М., 1994. С.50.
6. Красовская В. Русский балетный театр XX века: в 2-х т. Т.1. Хореографы. Л.: Искусство, 1971. С.456.
7. Русский балет и его звёзды. / Под ред. Е.Н. Суриц. М., 1998 С.113.

Завірюха Ольга, *студентка магістратури НАКККіМ*

РЕФОРМУВАННЯ БАЛЕТНОГО МИСТЕЦТВА У СУЧАСНОМУ ДИСКУРСІ

Балет – вид музично-сценічного мистецтва, зміст якого розкривається в хореографічних образах. Французьке слово «ballet» походить від італійського «танець». Французька назва та італійське коріння не випадкові. Балет виник в епоху Відродження в Італії, де здавна любили веселі танцювальні сценки на карнавалі, які згодом перетворилися на танцювальні спектаклі. У Франції набув популярності придворний урочистий балет. Видатний французький драматург Ж.-Б. Мольєр створив лібрето кількох комедій-балетів, музику до яких написав композитор Ж.-Б. Люллі. У Королівській академії танцю (Париж) сформувалася школа класичного танцю – своєрідна мова хореографічного мистецтва, яка в основному збереглася до наших днів. Балет (фр. ballet від італійського ballo – танець, пляска) – музично- хореографічний спектакль, в якому органічно співіснують музика, танець, драматичне дійство та елементи образотворчого мистецтва на основі загального драматичного плану. Танець у балеті складає (або ставить) балетмейстер, якого в програмках й афішах називають хореографом або постановником, а виконують артисти балету, або, як про них говорять, танцівники.

Балет у тому вигляді, в якому ми знаємо його зараз, народився не в Італії, а у Франції. У 1581 р. у Парижі відбувся грандіозний спектакль "Комедійний балет королеви". Історики розповідають, що тривав він п’ять із половиною годин. У поданні брали участь і співаки, і читці, але події сюжету розкривалися насамперед за допомогою танцю. Так чотириста років тому з’явився той вид театрального спектаклю, що ми сьогодні називаємо словом «балет». Він з’єднує в собі музику, танець, мистецтво декорацій і створює, таким чином, зовсім особливий вид сценічного видовища. Танець у балеті складає (або ставить) балетмейстер, якого в програмках й афішах називають хореографом або постановником, а виконують артисти балету, або, як про них говорять, танцівники. Танець – головний виразний засіб у балеті. У танці розкриваються зміст балету, характери діючих осіб, їхні думки, почуття. Величезне значення в балеті має музика – її драматична, емоційна сила, багатство й краса мелодій і ритмів.

З’ясування основних тенденцій розвитку балетного театру України є однією з актуальних проблем сучасного мистецтвознавства. З моменту створення самостійної балетної вистави (кін. XVI ст.) світовий балетний театр пройшов тривалий шлях, і на кожному з етапів репертуар ставав віддзеркаленням основних тенденцій його розвитку. Дослідження репертуару балетного театру України кін. XX – поч. XXI ст. сприятиме відтворенню цілісної панорами розвитку хореографічного мистецтва, виявленню специфіки, проблем та перспектив вітчизняного балетного театру.

Фундаментальні дослідження з проблем розвитку українського балету, створені корифеями балетознавчої думки Ю. Станішевським [6] та М. Загайкевич [1], не приділяли спеціальної уваги проблемам формування репертуару, хоча ретельно аналізували вистави вітчизняних та зарубіжних балетмейстерів на українській сцені. Останнім часом з’явились праці, що торкаються різних аспектів нинішнього репертуару балетного театру України: О. Петриком зроблено огляд репертуару провідних вітчизняних балетних театрів, але акцентовано лише на балетах класичної спадщини та приділено значну увагу менеджерським аспектам організації балетної справи в країні [5]; Є. Коваленко, досліджуючи виконавське та балетмейстерське мистецтво Національної опери України 1991–2015 рр., зупиняється на деяких виставах з репертуару театру [3]; О. Ущапівська звертається до особливостей формування репертуару Донецького театру опери та балету, приділяючи балету лише незначну увагу [7], О.Касьянова аналізує лише балети в постмодерній естетиці з репертуару вітчизняного балетного театру [2]. Цілісного наукового дослідження репертуару балетного театру України проведено не було.

Сьогодні в Україні функціонує сім оперно-балетних театрів: Національна опера України ім. Т. Г. Шевченка, Харківський національний академічний театр опери та балету ім. М. В. Лисенка, Одеський національний академічний театр опери та балету, Львівський національний академічний театр опери та балету ім. С. Крушельницької, Донецький академічний театр опери та балету ім. А. Б. Солов’яненка, Дніпропетровський академічний театр опери та балету, Київський муніципальний академічний театр опери і балету для дітей та юнацтва. Репертуарна політика цих театрів і визначає сучасне обличчя балетного мистецтва країни.

Репертуар будь-якого балетного театру є одночасно відображенням загальносвітових тенденцій у видовищних мистецтвах, шляхів розвитку хореографії, маркером соціокультурної ситуації в країні, віддзеркаленням рівня балетмейстерської та виконавської майстерності тощо.

Після набуття Україною незалежності відбулися закономірні процеси руйнування командно-адміністративної системи, що діяла у всіх сферах життєдіяльності в СРСР, зокрема, й у мистецькій. Оперно-балетні театри України опинилися в ситуації не лише фінансової, а й творчої кризі. Але театри змогли перебудувати всі аспекти своєї діяльності, вийти із ситуації, близької до занепаду, поступово розширюючи репертуар.

Упродовж багатьох років основу репертуару балетних театрів України та всіх країн, утворених з колишніх республік Радянського Союзу, складають балети класичної спадщини. Під хореографічною «класичною спадщиною» розуміють зразкові, класичні твори, золотий фонд хореографічного мистецтва кожної країни та світової хореографічної культури в цілому. До хореографічної класики (балетної класики) відносять твори видатних хореографів та композиторів, головним чином минулого (найкращі зразки хореографічної спадщини), а також, за певних умов, і сучасності.

Негативно відгукуючись на поч. XXI ст. про тенденції витіснення з театральних підмостків світу класичних шедеврів, Ю. Станішевський захоплено говорить про збереження таких балетів у репертуарі вітчизняних балетних труп: «Українські ж колективи все ще дбайливо зберігають у своєму діючому репертуарі світову й вітчизняну класичну спадщину, на інтерпретаціях якої зростали і формувалися майстри усіх артистичних поколінь і яка сьогодні не лише прикрашає афішу й шліфує виконавську культуру та високий професіоналізм солістів і кордебалету,а й «годує» у цей економічно скрутний час театри, що виїздять на гастролі за кордон» [6, 371]. Подібна ситуація, в основному, зберігається і до сьогодні.

У репертуарі вітчизняних театрів значну частку складають: «Жізель» у постановці К. Сергєєва (Національна опера України ім. Т. Г. Шевченка, далі – Нацопера), В. Ковтуна (Київський муніципальний академічний театр опери і балету для дітей та юнацтва, далі – Дитячий музичний)), М. Долгушина (Львів), Н. Федорової (Одеса) та ін.; «Баядерка» у постановці В.Ковтуна (Нацопера), «Коппелія» у постановці А.Шекери (Нацопера), П. Малхасянца (Львів); «Корсар» та «Раймонда» у постановці В. Яременка (Нацопера); «Пахіта» у постановці Ю. Васюченка (Одеса), «Дон Кіхот» у постановці В. Литвинова (Київ), Ю. Васюченка (Одеса); «Лускунчик» у постановці В. Литвинова (Нацопера), В. Ковтуна (Дитячий музичний), В. Трощенка (Одеса), Г. Ісупова (Львів), «Лебедине озеро» В. Ковтуна (Дитячий музичний та Нацопера), А. Шекера (Нацопера) та ін.

Розмірковуючи над високим рівнем концентрації класичних балетів у репертуарі вітчизняних театрів, О. Петрик зазначає: «Часто через ті чи інші особливості вони є далекі від своїх першоджерел, від мистецької витонченості та художньо-естетичної досконалості. Сьогодні багато артистів балету, володіючи надскладною технікою класичного танцю і фізичною витривалістю, необхідною для точного виконання провідних партій, забувають про "душу" танцю... Важливо розуміти, що танець – це, насамперед мистецтво, а не набір технічних рухів без жодних душевних переживань, без розкриття індивідуальності та характеру героїв. Так втрачається образний зміст класичної хореографічної лексики, а інколи губиться і балетмейстерське прочитання» [5, 270]. Отже, однією з проблем, що нині гостро постала перед багатьма балетними колективами – дотримання академічних канонів у виконанні класичної спадщини, збереження балетмейстерської стилістики.

Помітною тенденцією межі XX та XXI ст. стало звернення до балетів «Російських сезонів», що нині складають частину репертуару вітчизняних балетних театрів («Петрушка» та «Весна священна» І. Стравінського на сцені Харківського академічного театру опери та балету ім. М. В. Лисенка в постановці А. Рубіної; «Жар-птиця» І. Стравінського в постановці В. Литвинова, «Шахерезада» М. Римського-Корсакова та «Петрушка» І.Стравінського в постановці В.Яременка на сцені Національної опери України ім. Т. Г. Шевченка; «Шахерезада» у постановці А. Ісупової на сцені Львівського національного академічного театру опери та балету ім. С. Крушельницької та ін.).

В останні два десятиліття відбулося поновлення балетів радянського періоду («Ромео та Джульєтта» в постановці В.Ковтуна, «Чіполіно» А. Хачатуряна в постановці Г. Майорова, «Спартак» А. Хачатуряна в постановці В. Литвинова на сцені Київського муніципального академічного театру опери і балету для дітей та юнацтва; «Панянка та Хуліган» Д. Шостаковича в постановці В. Литвинова

(Нацопера); «Створення світу» в постановці М. Заславського (Львів) та ін.), зокрема, відновлення балетів національної тематики («Лілея» К. Данькевича в постановці Г. Ісупова (Львів) та В. Трощенка (Одеса); «Лісова пісня» у постановці В. Литвинова (Нацопера)).

Частка оригінальних постановок у традиційній естетиці балетного театру на основі лексики класичного та неокласичного танцю, де абсолютно нове лібрето сусідить з авторською хореографією, поступово збільшується упродовж останніх двадцяти років («Фантастична симфонія» Г. Берліоза в постановці А. Шекери (Нацопера), «Вікінги» Є. Станковича в постановці В. Литвинова (Нацопера), «Пер Гюнт» Е. Грига в постановці В. Писарева (Донецьк), «Майська ніч» Є. Станковича в постановці А. Рубіної (Дитячий музичний), «Весілля Фігаро» В. Моцарта в постановці В. Яременка (Нацопера), «За двома зайцями» Ю. Шевченка у постановці В. Литвинова (Нацопера) та ін.). Активна балетмейстерська діяльність А. Рехвіашвілі, нині – художнього керівника балетної трупи Національної опери України ім. Т.Г. Шевченка, сприяла збагаченню оригінального репертуару балетного театру країни. Нею створено лібрето та хореографія вистав «Віденський вальс», «Даніела», «Дама з камеліями», «Дафніс і Хлоя», «Снігова королева», «Ночі в садах Іспанії», «El Sombrero de Tres Picos» («Трикутний капелюх») та ін. За висловлюванням М. Курінної, «її вистави – оригінальні танцювальні полотна, де у розгорнутих композиціях та загострених драматургічних вузлах прослідковується прихильність до законів реалістичних балетів класичної спадщини, у винахідливій пластичній лексиці – тяжіння до новаторського експерименту» [4, 23].

В останні роки активізувалась співпраця вітчизняних композиторів з балетмейстерами по створенню оригінальних вистав, але вони складають лише незначну частку репертуару.

Однією з найактуальніших проблем останніх років для вітчизняного балетного театру залишається незначна частка сучасних балетів (за композицією, зокрема, танцювальною лексикою). Балетні експерименти в естетиці модерну та постмодерну з'являються, але нечасто: «Вигнання з раю» на музику «Болеро» М. Равеля в постановці О. Соколова у Дніпропетровському театрі опери та балету; «Картинки з виставки» М. Мусоргського, «Весна священна» І. Стравінського, «Перехрестя» М. Скорика в постановці Р. Поклітару на сцені Національної опери України ім. Т. Г. Шевченка; «Лялька. Нова історія Коппелії» в постановці С. Кона у Київському муніципальному академічному театрі опери і балету для дітей та юнацтва та ін.). О. Касьянова, підтримуючи Ю. Станішевського [6, 408], зазначає: «Загалом, в українському балетному театрі спостерігається тенденція не протиставляти, а поєднувати традиції класичного академізму і досягнення постмодерну» [2, 113]. Однак незначна кількість балетних вистав засобами сучасної хореографії, а також відсутність запрошених західних балетмейстерів, збіднюють не лише репертуарну палітру, а й виконавській діапазон артистів балету.

Нині хвиля національно-патріотичних настроїв в Україні, спричинена трагічними подіями на сході країни, торкнулася навіть затятих космополітів. З'явилося чимало мистецьких творів, присвячених цим подіям, у тому числі і у сфері хореографії (в основному, малі форми засобами сучасного танцю). Але навряд чи можна звинуватити творців балетних вистав в ігноруванні військових проблем, адже створення нових балетів у складній політичній та економічній ситуації є свідченням відданості країні, сприяє розвитку її духовності, демонструє впевненості у державній позиції та у майбутньому.

Однією з основних проблем репертуарного балетного театру вважаємо надзвичайно інтенсивний графік творчої роботи, коли одночасно необхідно підтримувати діючий репертуар (вистави більшості репертуарних балетних театрів країни йдуть переважно через день – кожен раз інша постановка) та створювати нові балети.

Сьогодні можна говорити про декілька періодів у репертуарній політиці театрів України доби незалежності кін. XX – поч. XXI ст., що корелюють із соціокультурними та мистецькими факторами. Після оформлення самостійної державності 1991 р. у вітчизняному балеті превалювали процеси стагнації, що проявилося в уповільненні балетмейстерської активності, занепаді виконавського рівня, збідненні репертуару.

На межі століть відбулася певна стабілізація та намітилися тенденції поступового прогресивного розвитку, чому сприяли глобалізаційні процеси, зокрема, швидкі темпи інформатизації, поява нової генерації балетмейстерів та танцівників.

Трагічні події останніх чотирьох років в Україні позначились не лише на репертуарі, де на хвилі національно-патріотичних настроїв збільшилась частка оригінальних творів вітчизняних композиторів та балетмейстерів, а й на системі оперно-балетних театрів країни в цілому (Донецький оперно-балетний театр на тимчасово окупованій території).

Таким чином, досить умовно репертуар балетних театрів України кін. ХХ – поч. ХХІ ст. можна розділити за групами: редакції балетів класичної спадщини в традиційній естетиці; інтерпретації балетів «Російських сезонів»; відновлення балетів радянського періоду, зокрема, балетів національної тематики; оригінальні постановки в традиційній естетиці засобами класичного та неокласичного танцю; балетні експерименти в естетиці модерну та постмодерну.

Нині відчутні певні зрушення на шляху осучаснення вітчизняного балетного театру, що сприяє не лише інтеграції у світову хореографію, а й підвищує мистецький рівень вітчизняного балетного театру. Гострими залишаються проблеми: збагачення репертуару балетами, створеними засобами сучасної хореографії, також творами національної тематики; співпраця балетного театру із сучасними українськими композиторами; інтенсивний графік творчої роботи, коли одночасно необхідно підтримувати діючий репертуар та створювати нові вистави.

Література:

1. Загайкевич М. Драматургія балету / М. Загайкевич. – Київ : Наук. думка, 1978. – 258 с.

2. Касьянова О. Прояви естетики постмодернізму в українському хореографічному театрі / О. Касьянова // Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського. – 2011. – No 4 (13). – С. 110–116.

3. Коваленко Є. Балетне мистецтво Національної опери України 1991– 2015років: виконавські традиції, творчі постаті, вистави : дис... канд. мистецтвознавства : спец. 17.00.02 «Театральне мистецтво» / Є. Коваленко ; Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України. – Київ, 2017. – 221 с.

4. Куринная М. Эксперименты в рамках традиции / М. Куринная // Танец в Украине и мире. – 2015. – No2(10). – С. 22–23.

5. Петрик О. Балетний театр України у соціокультурній ситуації сьогодення / О. Петрик // Вісн. Львів. нац. ун-ту. Серія: Мстецтвознавство. – 2012. – Вип. 11. – С. 267–275.

Карпенко Любомир, *студент магістратури НАКККіМ*

ГУМОРИСТИЧНІ ОБРАЗИ, ВИКОРИСТАНІ У ТАНЦЯХ НАРОДІВ СВІТУ

Зміст танцювального образу складає хореографічне відображення багатоманітності світу і, перш за все, людини, що перетворює цей світ. Однак природно, що танцювальний образ особливо яскраво висвітлює ті сторони життя, котрі найбільш підвладні засобам хореографічного мистецтва, оскільки при всій широті можливостей мистецтва танцю не можна вважати, що вони безмежні.

Хореографічна культура окремих народів як цілісна система художніх смислів (цінностей) з відповідною логікою культурно-історичного процесу посилається до людської суб'єктивності та потребує теоретичного дослідження на підставі практичних узагальнень внутрішньої логіки її художньо-естетичного змісту. Логіка постає як палітра зв'язків з іншими видами мистецтва; як виконавська культура і розвиток хореографічних умінь та навичок; як імпровізація форми і інтерпретація художньо-естетичного змісту музично-танцювальних творів, виявлення специфіки образної мови мистецтва хореографії; як засвоєння знань (спеціальних термінів і понять) та усвідомлення синтезу мистецьких форм.

Народний танець – фольклорний танець, який побутує у своєму природному середовищі і має певні традиційні для даної місцевості рухи, ритми, костюми тощо. Фольклорний танець – це стихійний вияв почуттів, настрою, емоцій і виконується в першу чергу для себе, а потім – для глядача (товариства, гурту, громади) [1].

У кожного народу сформувалася своя традиційна пластика, свої прийоми співвіднесення рухів з музикою. Мова танцю складається із загальноприйнятих жестів, положень голови, рук, ніг,

корпусу, з привітань, прощань. Його визначають особливості вікових і соціальних відносин. Вплив, який вчинила мовою танцю, набагато яскравіше, емоційніше, якщо форма танцю відповідає його змісту, а характер народу переданий досить достовірно.

Мова танцю формується відповідно до способу життя народу, з урахуванням його соціального і історичного минулого. Характер народу, особливості його мислення знайшли відображення в мові танцю.

Отже, хореографічний образ – категорія естетична, під якою слід розуміти конкретні чи узагальнені сцени життя, природи, створені балетмейстером за допомогою вигадки, асоціативного бачення і т. ін, які мають певну естетичну цінність.

Гумористичні образи втілюються у танці з метою реалізації сатиричних, гротескових саркастичних елементів, які доповнюють, продовжують або реалізуються у танці. У контексті аналізу хореографічних образів виділяють наступні прийоми гумористичної інтерпретації в народному танці (рис.1).

Рис. 1. Гумористичні образи в танці [2, 25]

Литовські народні танці сформувались у період феодалізму, увібравши язичницький культ та перейшли на більш пізні народні обряди та танці. До характерної особливості литовського народного танцю належить відтворення образів тварин, що в гумористичному сенсі передають особливості характеру.

Із литовських народних танців у контексті аналізу гумористичних образів цікавим для вивчення є танець «Ожяліс» (козлик): через весь танець презентується своєрідний характер задиристого і забіякуватого козла. Танцюристи зображують як брикається і буцається козел, іноді підстрибуючи на двох ногах. Виконавці в даному танці відтворюють бійку двох козлів. У іншому народному литовському танці «Гайдна» (півень) один з виконавців високого зросту зображує старого півня, який рухається поважною, гордовитою ходою, оглядає зверхньо оточуючих, кричить «кукуріку», витягаючи шию і помахуючи крилами. Інші виконавці, нижчого зросту, зображають молодих півників, яких старий півень вчить розривати лапою землю, клювати зерна, співати. Але маленькі півники, хитрі і сміливі, не дуже-то бояться свого наставника і вважають за краще грати і битися між собою.

Влучний народний гумор позначився в танцях, що висміюють молоду вдову, задоволену тим, що позбулася старого чоловіка-ледаря, який засинає на ходу. Основою масових танців є складні перестроювання і переходи танцюючих. Такі танці: «Шустас» (веселощі), «Муштініс» (хлопки, удари), «Аплінкініс» (наввипередки по колу). Особливо популярний з танців цієї групи «Суктініс» (крутитися, крутитися), в якому пари швидко, зі стрімкими поворотами мчать одна за одною по колу [4, 53].

Із комічних народних танців армянського народу найбільш цікаві «Паплянчо» і «Шалах». У першому з них відтворюється рух веселого танцюриста на канаті: останній балансує крокування по уявному канату, часто струшуючи корпус. «Шалах» – життєрадісний гумористичний танець, який відтворює образ веселого і спритного юнака. Цьому танцю властиве «бігрування» хустки в комічному плані. Виконавець закидає хустку на руку і на плече, потім втрачає його і, помітивши на підлозі, починає комічно підкликати до себе і нарешті в кінці танцю спритно підхоплює хустку з підлоги. Відмінною особливістю «Шалах» є основною «двель» (хід), енергійний і широкий, що

нагадує хід мазурки. Цей прийом «двель» виконується на початку танцю і неодноразово повторюється в танці.

Найдавнішим видом російських народних танців, що демонстрували гумористичні образи, є танці-ігри, що відображають трудові процеси («А ми просо сіяли, сіяли» «Лєнок») або імпровізаційні змагання (бариня, топотуха, чеботуха, веселуха) у вигляді парного і одиночного танку. Танок містить ознакц змагання. Для жіночого танцю характерні плавність, величавість, кокетство, гра з хусточкою; танець чоловіків відрізняється заповзятістю, спритністю, широтою, гумором. Переплясуючи, один з танцюристів показував який-небудь рух або зв'язку рухів, суперник мав їх повторити, потім показував свої. Програвав той, у кого першого закінчувався набір рухів. Основні рухи в російської танці – навприсядки: «перекиди», «повзунки» (переміщення навприсядки), «стрибки».

Українські народні танці розвивалися протягом всієї історії українського народу. У народному танці знайшли своє відображення радість, завзята веселість, м'який гумор та інші риси, притаманні українському національному характеру. Найбільш популярний на Україні танець – «Гопак» за своїм походженням також належить до групи танців, що відтворюють гумористичні образи. Раніше він виконувався лише чоловіками і виявляв їх мужність, силу, завзятість, спритність. Але поступово танець видозмінювався і в народному побуті став переважно парним танцем: парубок, обійшовши коло, зупиняється перед обраною ним дівчиною і викликає її на танець. Потім розпочинається виконання танцю, що містить зазвичай кілька «колін». Дівчина, повна гідності, танцює скромно, але з прихованим бешкетом, підкреслюючи трохи іронічне, глузливе ставлення до парубка. Парубок в'ється біля неї, намагаючись блиснути вигадкою і майстерністю «колін». Дівчина хоче перехитрити парубка, уникаючи його, але парубок слідкує за нею, прагнучи перепинити їй дорогу. Інший гумористичний поширений на Україні танець – «Козачок» можна характеризувати як танець юнака-підлітка, спритного, легкого і швидкого в рухах. У народному побуті «Козачок» виповнюється найчастіше як сольний танець одного юнака. У сценічній обробці танець може виконуватися двома і більше юнаками, а також юнаком і дівчиною: обидва вони виконують приблизно одні й ті ж «коліна» в порядку перепляс, змагання у вправності і майстерності. Обидва народні танці особливо зігріті м'яким народним гумором.

Отже, народний танець на багатьох етапах історії людства, починаючи з давніх часів був основою хореографічної культури суспільства. У результаті проведеного аналізу можемо зробити висновки, що гумористичні образи в народному танці передаються за допомогою наступних компонентів:

1. Поза – є складовою частиною кожного руху; це положення, прийняте людським тілом. У хореографії поза – це зупинка в русі, його вихідні або кінцеві моменти, поза – невід'ємна частина руху, поза є ключем до розкриття гумористичного образу.

2. Міміка – це гра особи, яка передає емоційний стан, реакцію на ті чи інші події, дії.

3. Ракурс – це розташування виконавця щодо глядача або іншого виконавця. Ракурс служить для найбільш ефективної передачі руху в просторі. Правильний вибір ракурсу сприяє яскравішому сприйманню руху у контексті передачі гумористичного образу.

4. Жести. Мова жестів включає знаки, які використовуються для мовного спілкування поряд зі звуковою мовою або замість неї. З наукової точки зору жест – «будь-який знак, вироблений головою, рукою, ногою, тілом і виражає емоції або що повідомляє інформацію». У народному танці підсилює іронічність образу.

Література:

1. Вільна енциклопедія. Вікіпедія. Народний танець [Електронне джерело]. – Режим доступу до ресурсу: https://goo.gl/KhYswc - Дата звернення: 14.01.2018

2. Кочетков Д.Р. Использование приёмов передачи содержания художественного произведения на материале современного танца / Д.Р. Кочетков // Санкт-Петербурзкий образовательный вестник. – 2016. - № 2, С. 25-31

3. Ломакин В.С. Этническая хореография Народов Мира: Азия – часть II / В.С. Ломакин // Учебное пособие. – Саратов. – 2017. – 69 С.

4. Мелехов А.В. Искусство балетмейстера. Композиция и постановка танца / А.В. Мелехов // Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург. – 2015. – 128 с.

5. Фриз П. Мова танцю як засіб виявлення смислових цінностей хореографічної культури / П.Фриз // [Електронне джерело]. – Режим доступу до ресурсу: http://ddpu.drohobych.net/native_word/wp-content/uploads/2016/04/2013-71.pdf - Дата звернення: 13.01.2018

Листопад Альона, *студентка магістратури НАКККіМ*

СИНТЕЗ РАЦІОНАЛЬНОГО ТА ЧУТТЄВОГО У БАЛЕТМЕЙСТЕРСЬКОМУ ЗАДУМІ

Тенденція сучасного хореографічного мистецтва до безсюжетних постановок, в яких відсутня драматургія та смислове навантаження, виглядає як прагнення не перевантажувати глядача, і в більшості випадків виглядає як розважальне та поверхневе дійство. Це можна зрозуміти якщо мова іде про шоу-бізнес та розважальну галузь. Але для справжнього мистецтва головне завдання було і залишається – дістатися глибин людської душі, зачепити глядача за живе, змусити сміятись та плакати, вселити любов і надію на краще, спромогтися досягнути вищої цілі – очищення за допомогою емоційних переживань від побаченого.

Гармонійне існування особистості, її повсякденне митарство між раціональним та чуттєвим безумовно актуальне у житті творчої натури. Отже, звертаючись до теми гармонії раціонального та чуттєвого, в роботі балетмейстера виникає низка питань про вибір мистецьких засобів її візуалізації.

Прослідкувати аналіз аспектів досліджуваної теми можна в роботах В. Ванслова, М. Загайкевича, Ю. Станішевського, де приділено увагу драматургії хореографічних творів у сучасному театрі, в той час як пластично-музичні варіативності засобів візуалізації хореографії досліджені недостатньо.

При створенні сучасної хореографічної вистави виникає потреба вирішення багатьох творчих проблем. Починаючи з вибору теми, яка повинна бути не тільки цікавою та актуальною, а також і повчальною, перед постановником виникає низка проблем вибору мистецьких засобів візуалізації, технічних та матеріальних складових втілення задуму.

Вибір музичного матеріалу, його драматургічна наповненість повинні враховуватись, адже емоційна складова впливу музики на психологічний стан глядача дуже вагомий аспект.

Так, при створені балетної вистави «Чотири образи гріха», музична складова відіграла значну роль для розкриття гармонії раціонального та чуттєвого, але для повного втілення задуму балетмейстера виникла потреба використання додаткових мистецьких засобів візуалізації.

В основі балету – «Сюїта в старовинному стилі» Альфреда Шнітке, яка складається з п’яти музичних частин, стилізованих під барочну музику. Це філософські роздуми про чотири пастки, які підстерігають людину в пошуках синтезу цілісного уявлення про себе та про оточуючий світ, у боротьбі з моральними вадами, сумнівами, спокусами, або станом душі. Все це може бути проявом зла, але зла не абсолютного, а такого, через випробовування яким доведеться пройти на шляху до самого себе. П’ята частина – це своєрідний підсумок-послання, в якому закладено трагічний висновок про долю людини через невідворотність цих спокус.

Вистава розпочинається своєрідним вступом, де на фоні пасторалі – класичної музичної теми, що демонструє гармонію (єднання з природою, спокій, безжурність і т.п.) за допомогою відеоряду відтворено образ людини, яка перебуває в гармонії з собою, зі своєю душею.

На сцені – Гармонія і прикритий нею Образ сумнівів. Після зміни музики відбуваються зміни і в поведінці героїв – сумніви починають домінувати над свідомістю, Героїня сумнівається, як і куди рухатися далі на життєвому шляху, гармонія розірвана сумнівами. Ідеал гармонії і природності приховує в собі пастку – він може не просто віддалити від пошуків себе і істини (які так часто ідуть шляхом протиріч і випробувань), але і зробити нас ворогом своєї індивідуальності. Крім того, саме цей ідеал високо цінує чуттєвість, а для Героїні емоції без раціо – це неможливість виразити індивідуальність, вони (емоції!) її опосередковують.

Підсвідомо Героїня знаходить і інші ідеї для самопізнання і серед них – прагнення до порядку, ритмізації, що так добре відтворено у наступній частині. За цим прагненням до порядку (нехай

навіть порядку складного і естетично вивіреного, близького до вдосконалення) – немає ні самолюбства ні властолюбства, але все одно – це спокуса, пастка. Схема, структура, муштра можуть як виразити індивідуальність, так і вбити її. У Героїні назріває внутрішній бунт проти муштри, який призводить до аналізу стану душі і стану навколишнього оточення і виходу зі стандарту, дозволяє зберегти індивідуальність.

В третій частині Меланхолія у складному лабіринті наздоганяє Героїню і намагається керувати нею. Меланхолія – знак відмови від себе, знак примирення з тією частиною зовнішньої реальності, з якою внутрішня істина суб'єкта погодитися не може і не зможе ніколи, інакше – це ще одна із страшних пасток у духовному пошуку, тому що обертається гріхом журби, смутку, тобто вибором неістинного, втечею від самого себе. Позбутися меланхолії Героїні допомагають роздуми, виникають різні думки, спочатку хаотичні, невпорядковані, та все настійливіше проявляється прагнення знайти просте, але ідеальне рішення.

Далі музична тема в сюїті розвивається за допомогою фуги, що традиційно символізує складність і варіативність світу. І знову, як і раніше, для Героїні ідеал складнощів, так само як ідеал простоти, легко стає спокусою помилкового синтезу, оскільки самі витончені складнощі часто бувають причиною втрати якоїсь простої, але радикально важливої істини.

В останній частині, коли Сумніви полишають Героїню, розігрується трагічна і прекрасна сцена повернення до реального життя через сумні спогади і складні переживання, і одночасно усвідомлення того, що вона доторкнулась до невідчутних проявів щастя, ейфорії задоволення від розуміння гармонії зі своєю душею.

Звучить уже знайома музика, але тепер вона звучить з новими відтінками, немовби символізуючи зародження нового життя і такий виболений висновок: пізнати себе – можна, але на цьому шляху людина знову і знову буде боротися зі спокусами гріха.

Таким чином, крім відтворення особистого трактування драматургії музичного твору, візуалізація гармонії раціонального та чуттєвого у балетмейстерському задумі також підсилена допоміжним засобом – виконанням сюїти наживо, в наслідок чого, кожен показ вистави неповторний не тільки в хореографічному, а і в музичному плані.

В наш час інновацій та нових технологій привернути увагу до візуального театрального мистецтва стає дедалі важче. Тому не треба нехтувати новими засобами візуалізації при створені сценографії сучасної хореографічної вистави. Використання відеоряду, проекцій, інших засобів зможе посилити ефект розкриття задуму постановника.

Одним з головних допоміжних засобів візуалізації гармонії раціонального та чуттєвого у виставі «Чотири образи гріха» є спеціально створений відеоряд, який застосовується, як декораційне оформлення сцени, підсилюючи художню образність кожної дійової особи та створюючи атмосферу обставин.

Вибір стилю в художньому рішенні, відтінків у кольоровій гамі, смислового змісту та ступеню емоційного навантаження загалом створює ще один вагомий засіб візуалізації.

Оформлення костюмів, яке обумовлене відеорядом вистави, є безпосереднім відголосом його художніх образів. Кольорова гама витримана у чорно-білих відтінках, а нескладна графіка ліній малюнків відповідає кожному окремому образу, що в поєднанні з хореографією та музикою створює вишукано-стильну образність всієї вистави.

Розкриваючи філософські теми у хореографічній виставі, використовувати тільки драматургічну складову, музичний супровід та сценографію на сьогоднішній день замало. Нехтувати новітніми технологіями неможливо. Отже, застосування допоміжних мистецьких засобів візуалізації таких як відеоряд, виконання музичного твору наживо, тощо тільки сприятиме підсиленню ефекту їх візуалізації. Гармонія раціонального та чуттєвого у хореографічній виставі це нескінченний пошук синтезу різноманітних мистецьких засобів візуалізації балетмейстерських задумів.

Література:

1. Ванслов В.В. О музыке и балете. Изд. : «Памятники исторической мысли»,2007 г. 332 с.
2. Загайкевич М. Музичне життя Західної України другої половини XIX ст. К.: Вид-во АН УРСР, 1960. 191 с.: іл.
3. Станішевський Ю. Балетний театр України: 225 років історії. К.: Муз. Україна, 2003. 440 с.: іл.

4. Шариков Д. І. Сучасна хореографія як феномен художньої культури ХХ ст.: дис. … канд. мистецтвознавства : 26.00.01. К.; 2008. 190 с

Нечитайло Катерина, *студентка магістратури НАКККіМ*

ІСТОРИКО-ПОБУТОВІ ТАНЦІ XVI СТ. – XIX СТ. ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ БАЛЬНОЮ ХОРЕОГРАФІЄЮ

Джерелом історико-побутового танцю є народний танець. У своєму розвитку цей вид танцю завжди відповідав соціальному замовленню, що і виділило бальний танець, як частину історичного побутового танцю. Метою доповіді є дослідження безпосереднього впливу історико-побутових танців на формування бальної хореографії. Актуальність дослідження зумовлена прагненням ширше розкрити історичний розвиток бальної хореографії.

Історико-побутові танці – це танці минулих століть, які набули широкого поширення далеко за межами своєї епохи і місця виникнення.

Виникнення танців як правило пов'язано з трудовими процесами, іграми, старовинними обрядами, релігійними святами. У кожній місцевості вони мали свої особливості. Побутові танці, які стали історичними, являють собою переробку народного танцювального матеріалу і відображають особливості певної епохи або середовища. Характерні риси культури проявляються в побудові і стилі танцю, у його музиці, одязі танцюючих, їх манерах.

Історико-побутові танці розвивалися на основі народних танців та вбирали в себе все багатство їх змісту та хореографічної лексики. Потрапляючи у іншу соціальну середу народний танець видозмінювався – втрачав свою природу, але набував манерність, вишуканість, галантність та парадність відповідно до етикету, смаку, потребам певного прошарку суспільства.

На народне джерело бальних танців вказують і перші придворні танці-ходи, які будувалися на принципі хороводу. Багато що з області народного танцю забулося, зникло безслідно, так як традиції народного танцю передавалися усно з покоління в покоління. В той час, як історичні бальні танці мали своїх літописців (перший опис танців зафіксовано вже в XVI столітті). Історичні записи і труди доказують, що в основі бального танцю лежить народний танець [3, 17].

Найпопулярнішими танцями XVI ст. були бассданси. Це збірна назва бесприжкових старовинних бальних танців. Характерним їх представником є бранль. У народі назва цього танцю відповідала належності до певної професійної групи, наприклад: бранль башмачників, бранль прачок, бранль селянський.

Провідними країнами у розвитку історико-побутових танців XVI ст. були Італія та Франція. Італійські та французькі танцмейстери, створюючи техніку танцю, звертали особливу увагу на стиль виконання і манери танцюючих. Від виконавця була потрібна важлива постава, повільна спокійна хода, манерні і детально розроблені взаємні вітання – поклони і реверанси. Живі і безпосередні рухи народних танців вважалися поганим тоном. Однією з основних форм розваг знаті були бали і маскаради у формі балів. Танець як естетично розвинена форма дозвілля – відтепер ставав життєвою необхідністю вищих верств суспільства.

У XVII ст. танцюють павану, куранту, аллеманду і інші придворні танці. Урочистий характер павани та грація манер куранти припали до смаку придворному суспільству.

Наприкінці XVII – початку XVIII ст. бали стають особливо популярною формою дозвілля та однією з найважливіших частин суспільного життя. Адже саме на балах можна було проявити витонченість і вільно «вийти у світ» [2, 102]. До кінця століття славу найбільш модного танцю придбав менует, і залишався таким майже два століття. Менует є зразком парного (дуетного) сольного танцю та є загальновизнаним зразком салонного танцювального мистецтва. В цей час не існувало певних відмінностей між сценічними і бальними танцями.

В кінці XVIII - початку XIX ст. танцювальна культура стає найважливішою складовою світського життя, а бали – неодмінним атрибутом дворянського побуту. В ту пору в Європі

розрізнялися бали офіційно придворні, громадські, сімейні. Відкривався будь-який бал полонезом, він в урочистій функції першого танцю змінив середньовічний менует.

Полонез як бальний танець отримав широку популярність на початку XVIII ст. Основу полонезу становить ритмічно незмінюваний крок. У ньому немає складних рухів, поз, вправ, однак жоден із танців не вимагав такої суворої постави, гордовитості та уваги, як полонез.

XIX століття називають століттям масового танцю – воно стало новим витком звернення бального танцю до народних витоків. Війна 1812 року дала поштовх розвитку бальних танців на основі танцювальних традицій слов'янських народів. Полонез, мазурка, краков'як, полька – улюблені танці XIX століття – беруть початок від старовинних народних слов'янських танців.

Великий успіх випав на долю бального танцю «полька». Полька - національний чеський танець.У 1840-х рр. полька з'являється в різних країнах і швидко стає улюбленим танцем, завдяки живому ритму та своєму імпровізаційному характеру.

Не обходилися і без мазурки, що стала міжнародним бальним танцем. Батьківщиною мазурки є Польща. Бальна мазурка запозичила фігури, ритми і стиль у шляхетської мазурки. У народі мазурка виконувалася ефектно і бравурно, бальна мазурка мала більш плавні, стримані рухи.

XIX століття також являється століттям вальсу. Відсутність складних фігур, імпровізаційний характер, простота поз і рухів, чарівність мелодій зробили його улюбленим танцем суспільства.

Росія стає великим хореографічним центром. Високий рівень балетного театру Росії впливає на стиль бального танцю. Бальні танці, створені за кордоном, знаходили в Росії другу батьківщину. До кінця XIX в. з'являються танці-гібриди (плоди творчості вчителів танцю, що змагаються один з одним): полька-мазурка, падекатр, па-де-труа [1, 159].

Література:

1. Васильєва-Рождественська, М. В. Історико-побутовий танець. М .: Мистецтво, 1987
2. Іванівський, Н. П. Бальний танець XVI - XIX століть . Калінінград: Янтар. оповідь, 2004. 208 с
3. Нарєкая, Т. Б. Історико-побутовий танець: учб.-метод. посібник; Челяб. держ. акад. культури і мистецтв. Челябінськ, 2009. 179 с.

ЗМІСТ

ЕКСПЕРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ГАЛУЗІ КУЛЬТУРІ І МИСТЕЦТВА

Карпов В. ЕКСПЕРТИЗА КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ 3

Іванов С. ІНСТАВРАЦІЯ ЕКСПЕРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ 7

Акімов Д. ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ МУЗЕЇВ У СТРУКТУРІ МАРКЕТИНГУ МИСТЕЦТВА 8

Бардік М. ЕКСПЕРТНА ОЦІНКА РОЗПИСІВ І ЗМІНА ДЕКОРАЦІЇ УСПЕНСЬКОГО СОБОРУ КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКОЇ ЛАВРИ (1886–1900) 10

Булгаков В. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ХУДОЖНЬОЇ КЕРАМІКИ В АРХІТЕКТУРІ МІСТА КИЄВА ПІСЛЯ 1945 РОКУ 11

Вижак В. ІНВЕСТУВАННЯ В АРТ-РИНОК УКРАЇНИ: СПЕЦИФІЧНА ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ 13

Мізрах Ю. ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ GE/MCKINSEY ДЛЯ ОЦІНКИ АРТ-ОБ'ЄКТІВ 14

Міро І. МУЗЕЇ СТРІТ-АРТУ ЯК ОСЕРЕДКИ ВУЛИЧНОГО МИСТЕЦТВА 17

ГУМАНІТАРНІ НАУКИ

Кундеревич О. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФІЛОСОФІЇ ТА МИСТЕЦТВА 19

Бричка А. ПАЇСИЗМ ЯК ФІЛОСОФСЬКО-РЕЛІГІЙНЕ ВЧЕННЯ ПАЇСІЯ ВЕЛИЧКОВСЬКОГО 20

Гацелюк В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АМЕРИКАНСЬКОГО БАЛЕТУ ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ. 21

Данник К. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КУЛЬТУРНОЇ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ВІРМЕНСЬКИХ ГРОМАД СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ 23

Лукава Д. ТВОРЧА ТА ПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ МИХАЙЛА МИКИШИ 25

Міненко Л. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВО-ФОНДОВОЇ РОБОТИ НАЦІОНАЛЬНОГО ВІЙСЬКОВО-ІСТОРИЧНОГО МУЗЕЮ УКРАЇНИ 27

Мокроусов А. ПІСЛЯВОЄННА ВІДБУДОВА КОНОТОПСЬКОГО МІСЬКОГО КРАЄЗНАВЧОГО МУЗЕЮ ІМ. О.М. ЛАЗАРЕВСЬКОГО 30

Орлова І. ДУХОВНО-КУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУСПІЛЬСТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ 33

Тишкевич О. IV ДЕРЖАВНА ДУМА: НА МАТЕРІАЛАХ ГАЗЕТ КИЇВСЬКОГО ГЕНЕРАЛ-ГУБЕРНАТОРСТВА 1907-1914 РР. 35

Сиваш І. ЕТНОМОТИВИ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ РЕКЛАМІ 36

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА В СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСАХ СУЧАСНОСТІ

Бакало Т.	ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	38
Білецька Л.	ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ	39
Вислінська С.	НОВІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ ФОРМИ БІБЛІОТЕЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЮНАЦТВА	41
Волощенко І.	РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	43
Григораш В.	СОЦІАЛЬНІ ПРОЕКТИ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК (НА ПРИКЛАДІ ЦЕНТРАЛІЗОВАНОЇ БІБЛІОТЕЧНОЇ СИСТЕМИ ДЕСНЯНСЬКОГО РАЙОНУ)	44
Дадашева Я.	СУТНІСТЬ ТА ЦІЛІ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ	46
Зелененька І.	АДВОКАЦІЯ ЯК ВАГОМОГИЙ КОМПОНЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ	47
Ковальчук Н.	ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ БІБЛІОТЕК В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ	49
Колеснікова О.	ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ	50
Лозан С.	СУЧАСНА УНІВЕРСИТЕТСЬКА БІБЛІОТЕКА – ЗАКЛАД КОМФОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ	51
Людва Н.	НОВИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ БІБЛІОГРАФІЇ	53
Маркова-Пипко Н.	СОЦІОКОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ПРОГРЕСУ ТА ЯКІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ БІБЛІОТЕК	54
Мельник І.	ОРГАНІЗАЦІЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ФОНДІВ: ОГЛЯД ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ	55
Мельник О.	ДО ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНАХ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ	56
Оспа Н.	СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК БІБЛІОТЕЧНОЇ СПРАВИ	59
Паламоровський Р.	МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КОМПЛЕКТУВАННЯ БІБЛІОТЕЧНИХ ФОНДІВ	60
Покропивна О.	НАЦІОНАЛЬНА ІСТОРИЧНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ НА ДОПОМОГУ У КРАЄЗНАВЧІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОБЛАСНИМ УНІВЕРСАЛЬНИМ НАУКОВИМ БІБЛІОТЕКАМ	62
Ромодан Г.	ДО ПИТАННЯ ПРО ІНФОРМАЦІЙНИЙ КОНСАЛТИНГ В НАЦІОНАЛЬНІЙ БІБЛІОТЕЦІ УКРАЇНИ ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО	63
Сахарова М.	ЕТИКА ІНДИВІДУАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КОРИСТУВАЧІВ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ ВІННИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО МЕДИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМ. М. І. ПИРОГОВА	66

Чередниченко О. ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІЙСЬКОВИХ ЧАСТИН ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ 67

Швець А. ДО ПИТАННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕФОРМУВАННЯ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ 68

Яблонська І. ДОКУМЕНТУВАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ БАНКІВСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ 70

СЦЕНІЧНЕ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО: ТВОРЧІСТЬ І ТЕХНОЛОГІЇ

Грищенко В. МУЛЬТИМЕДІА – НОВА ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ РОЗРОБКИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ 72

Зайцева І. КЛАСИКА У ПОСТАНОВЦІ МОЛОДОЇ РЕЖИСУРИ (НА ПРИКЛАДІ І. УРИВСЬКОГО) 73

Кратко Ю. ДО ПИТАННЯ СПЕЦИФІКИ АМАТОРСЬКОГО ТЕАТРУ 75

Матушенко В. ОСНОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕСТРАДНОГО МИСТЕЦТВА 77

Бугаєнко М. ІНТЕРАКТИВНА ВИСТАВА, ЯК ФОРМА СЦЕНІЧНОЇ ПОСТАНОВКИ 78

Ільченко І. ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ БЮДЖЕТНОЇ СТУДІЇ ЗВУКОЗАПИСУ 79

Кришталь О. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ МУЗИЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТЕАТРАЛЬНИХ ВИСТАВ 80

Мінялук В. УДОСКОНАЛЕННЯ МАСОВИХ ЗАХОДІВ СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА У ДИТЯЧИХ ДОШКІЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ 81

Моторний А. ОСОБЛИВОСТІ АРАНЖУВАННЯ ТА МІКШУВАННЯ МУЗИЧНИХ ТВОРІВ 83

Новіков О. СЦЕНІЧНЕ ТА АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО: ТЕХНОЛОГІЯ 3D-ВІДЕОМЕППІНГ 84

Порхун Г. РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДРАМАТУРГІЇ І ТЕАТРУ В 20-30-Х РОКАХ ХХ СТ.: ТЕАТРАЛЬНА ЦЕНЗУРА 85

Пригода Є. ОСОБЛИВОСТІ АКУСТИЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК СТУДІЇ ЗВУКОЗАПИСУ 86

Ремизов Д. ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ШОУ – БІЗНЕСУ 88

Сагітова Н. РОЛЬ АНІМАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В СУЧАСНОМУ ТЕАТРАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ 89

Семенуха Р. ЗВУКОРЕЖИССУРА И ЕЁ НАПРАВЛЕНИЯ 91

Сироїд С. МУЗИКА – НЕВІД'ЄМНИЙ ІНСТРУМЕНТ МИСТЕЦТВА СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ 92

Сідорова Н. ОСОБЛИВОСТІ ОЗВУЧЕННЯ БАГАТОЖАНРОВОГО ПРОЕКТУ «ЗАЧАРОВАНІ ВЕСНОЮ» 93

Таран В. СТАНОВЛЕННЯ ПОТОКОВОГО І НЕПОТОКОВОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ 94

Терентієва О. СТВОРЕННЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕПРОЕКТІВ 96

Хлівнюк В. ПОШУКИ СУЧАСНИХ РЕЖИСЕРСЬКИХ ЗАСОБІВ СЦЕНІЧНОЇ ВИРАЗНОСТІ 98

Хоролець О. ЕВОЛЮЦІЯ МУЗИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 99

Шапошнікова Н. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА 100

Шиндер М. НОВАТОРСТВО ЛЕСЯ КУРБАСА У ПОСТАНОВЦІ «ДЖІММІ ГІГГІНС» (1923) 102

МУЗИЧНЕ МИСТЕЦТВО: ТРАДИЦІЇ І СУЧАСНІСТЬ

Козлін В. КОМП'ЮТЕР-КОНЦЕРТМЕЙСТЕР 103

Бучок Л. ФОРТЕПІАННІ КОМПОЗИЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ ЗАКАРПАТСЬКИХ КОМПОЗИТОРІВ ДЛЯ ДІТЕЙ: ТРИВКІСТЬ ТРАДИЦІЇ У СЬОГОДЕННІ 105

Залевська О. ДРАМАТУРГІЯ ЛІТУРГІЇ ВІЗАНТІЙСЬКОГО ОБРЯДУ ЯК РІЗНОВИД САКРАЛЬНОГО МУЗИЧНО-ВИДОВИЩНОГО ЖАНРУ 107

Ковтун А. ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ І ПОСТАНОВКИ МЮЗИКЛУ 108

Лукашова О. МУЗИЧНІ ТРАДИЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ АРМІЇ: ЗВ'ЯЗОК ПОКОЛІНЬ 110

Підіпригора В. БАЛЕТ С. ПРОКОФ'ЄВА «РОМЕО І ДЖУЛЬЄТТА» – ВЗІРЕЦЬ КОМПОЗИТОРСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ 111

Ревкало А. УКРАЇНСЬКЕ ЕСТРАДНЕ МУЗИЧНЕ МИСТЕЦТВО ДЛЯ ДІТЕЙ МЕЖІ ХХ – ХХІ СТ. В «ІНТЕР'ЄРІ» ПОСТМОДЕРНУ 113

Романец Д. ДИТЯЧА ОПЕРА І. ЩЕРБАКОВА «ПАСТКА ДЛЯ ВІДЬМИ»: ДО ПИТАННЯ ЗАПОЗИЧЕННЯ МУЗИЧНОГО МАТЕРІАЛУ 114

Свірський І. «ІНДІ» РОК ТА ЙОГО ВИКОНАВЦІ (ТВОРЧИЙ СКЛАД ТА НСТРУМЕНТАРІЙ) 115

Човган Л. ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ МУЗИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА ВИКОНАВСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ АРТИСТА-ВОКАЛІСТА 117

МІЖКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ПОСЛУГИ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Братіцел М. МІЖКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ 119

Васильченко Л. МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ 120

Вінічук І., Біла Т., Кравченко В., Щербак В. ЗАСТОСУВАННЯ НАУКОВИХ МЕТОДІВ І ТЕХНОЛОГІЙ РОЗРОБКИ, ПРИЙНЯТТЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В МЕНЕДЖМЕНТІ 122

Воробйова Н. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА 124

Головач Н. ПОТЕНЦІАЛ КУЛЬТУРИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА 126

Дячук В. «НЕЯКІСНИЙ ІНДИВІД» ЯК ОБ'ЄКТИВНИЙ ФЕНОМЕН СОЦІОКУЛЬТУРНОГО БУТТЯ: ДЕТЕРМІНУЮЧІ ФАКТОРИ 127

Зеленська Л. МІЖНАРОДНІ АСОЦІАЦІЇ В ГАЛУЗІ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ОСЕРЕДКИ КОНСОЛІДАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ СПІЛЬНОТИ ТА МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА 130

Клочко В.	СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРОЮ В РИНКОВИХ УМОВАХ	132
Коваленко Є.	НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕПОХУ ВІДРОДЖЕННЯ	134
Колосова Н.	ФРН В ІСТОРІЇ МЕЦЕНАТСТВА: «НОВИЙ АЛЬЯНС» БІЗНЕСУ Й КУЛЬТУРИ	135
Куцак С.	ВІДРОДЖЕННЯ ТРАДИЦІЙНИХ МАСОВИХ СВЯТ В УКРАЇНІ	137
Панченко С.	КОНФЕСІЙНЕ ПАЛОМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ	139
Петрова І.	ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «ДОЗВІЛЛЯ» В КУЛЬТУРІ УКРАЇНЦІВ	141
Рибаченко В.	КУЛЬТУРА КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ІМІДЖУ	144
Шевченко Н.	НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ФУНКЦІЙ ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЙ	145
Атаманенко О.	ЕСТЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ЯК ПРІОРИТЕТ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	146
Балакірєв Є.	РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	148
Баланюк А.	МЕНЕДЖМЕНТ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ	149
Бугайов М.	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	150
Бульба І.	АКТУАЛІЗАЦІЯ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ В УКРАЇНІ	152
Бурбело С.	УСПІШНА ДІЯЛЬНІСТЬ МУЗЕЮ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ	153
Васильківський А.	НАЦІОНАЛЬНИЙ КАМЕРНИЙ АНСАМБЛЬ «КИЇВСЬКІ СОЛІСТИ» ЯК СУБ'ЄКТ МІЖНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	155
Вачевська Л.	СУЧАСНИЙ СТАН ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ: ВИСВІТЛЕННЯ БОЙОВИХ ДІЙ ІЗ ЗОНИ АТО (ООС).	157
Воронін Д.	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА	158
Гайдамаченко А.	УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ ОСВІТНЬОЇ УСТАНОВИ	160
Гапонюк Л.	МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ СФЕРИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ БАРСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	162
Гасюк У.	ІНТЕРКУЛЬТУРАЛІЗМ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	165
Геращенко М.	КУЛЬТУРНА МЕДІАЦІЯ В КРОС-КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ І ФОРМИ	166
Глазунов Б.	КУЛЬТУРА ВШАНУВАННЯ ПАМ'ЯТІ ЖЕРТВ БАБИНОГО ЯРУ	169
Гордієнко О.	ОСОБЛИВОСТІ ГРОМАДСЬКИХ МУЗЕЇВ, ЩОДО ПОНЯТТЯ ЗВАННЯ «НАРОДНИЙ» У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ВІННИЧЧИНИ	171
Грановська В.	СТРАТЕГІЯ МУЗЕЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНОМУ	

	СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ	173
Грановська Я.	ФЕСТИВАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ ВИДОВИЩНОЇ КУЛЬТУРИ	175
Григораш Я.	ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ	176
Гуменюк Н.	СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	178
Даценко В.	КЕЙС-СТАДІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ	180
Дембовська Г.	РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	182
Дернова О.	СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ПАРТНЕРСТВО: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ	183
Долеско Д.	КІНОІНДУСТРІЯ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ	185
Єрмілова А.	ЕФЕКТИВНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ	187
Іванова М.	ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ	188
Івахнюк Г.	УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	190
Казмірук О.	НАЦІОНАЛЬНИЙ КУЛЬТУРНИЙ ПРОДУКТ У СИСТЕМІ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРИКЛАДІ ПОДІЛЬСЬКОЇ КЕРАМІКИ	192
Камінська В.	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ INTERNET-ТЕХНОЛОГІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА	194
Карандєєв Р.	ТЕМАТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВИ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ	196
Клюй О.	СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН МУЗИЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ	197
Коваль Н.	МУЗЕЙНА КУЛЬТУРА МІСТА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	199
Ковтун А.	КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ (НА ПРИКЛАДІ ДИТЯЧИХ МИСТЕЦЬКИХ ШКІЛ)	202
Колеснікова О.	ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ	204
Коломієць Ю.	ЕСТЕТИЧНИЙ РОЗВИТОК ДІТЕЙ ТА ЮНАЦТВА ЯК ВИХОВНИЙ ФЕНОМЕН	205
Корнійчук Н.	ІННОВАЦІЙНІ МОДЕЛІ КЛУБНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	208
Костін Р.	СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФЕСТИВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМАТИКА ДИТЯЧИХ МИСТЕЦЬКИХ ПРОЕКТІВ	209
Котляренко Є.	ВИКОРИСТАННЯ ПОНЯТТЯ «EVENT» У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	211
Кофанова О.	ТЕОРІЯ EVENT-МАРКЕТИНГУ	212

Кравцова Н.	КУЛЬТУРНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ Й ТУРЕЧЧИНИ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ	214
Кравченко Л.	ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ВІННИЦЬКОГО ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ М. М. КОЦЮБИНСЬКОГО	216
Краснянська І.	УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	217
Криволап О.	УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	220
Куриленко А.	ПСИХОЛОГІЯ ТВОРЧОСТІ В ТЕАТРАЛІЗОВАНОМУ ДІЙСТВІ	221
Левенець А.	МУЗЕЙ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ПРОДУКТ	224
Лещенко К.	ГУРТОК В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ПОТРЕБ ДИТИНИ	225
Лисюк І.	УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	226
Лобовська Л.	МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	228
Ляхович Р.	МЕТОДИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА	230
Маєвська Т.	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КРОС-КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	232
Максимов Є.	КУЛЬТУРОТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІЖНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЮ АМАТОРСЬКОГО КІНО «КІНОКІМЕРІЯ»	233
Марченко Ю.	ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	235
Меленець Г.	ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ КЛУБНОГО ТИПУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	237
Мельник О.	ЗАКЛАД КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ	238
Мельниченко В.	ФЕСТИВАЛЬ СУЧАСНОЇ МУЗИКИ ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ	240
Моісеєва А.	ТЕМАТИЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ «БРЕНД» У НАУКОВО-ПРАКТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	241
Мончак Ю.	ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЧЧИНИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ МОЛОДІ	242
Москаленко А.	ВИХОВНИЙ АСПЕКТ СУЧАСНОГО ІВЕНТУ	244
Надоленко В.	ІМІДЖ У СИСТЕМІ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	246
Недял А.	ДОЗВІЛЛЯ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО МАЙБУТНЬОГО	248
Олійник А.	КУЛЬТУРНО-ТВОРЧА МІСІЯ БЛАГОДІЙНОГО ФОНДУ «НАДІЯ ПО ВСЬОМУ СВІТОВІ»	249

Олійник Г.	ДОЗВІЛЛЯ В УМОВАХ СУЧАСНОГО МІСТА: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ	250
Отрішко М.	ОСНОВНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ СУЧАСНОГО МІСТА	251
Павловська М.	ФЕСТИВАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ В ПОЛЬЩІ ЯК СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОЇ СПІВПРАЦІ ПОЧАТКУ ХХІ СТ.	253
Пастушенко Ю.	ОСОБЛИВОСТІ ДЖАЗОВОГО ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ (НА ПРИКЛАДІ КИЇВСЬКИХ ДЖАЗОВИХ ФЕСТИВАЛІВ)	255
Пацьора Д.	СУЧАСНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	257
Перцевий В.	РОЛЬ ТРАНСПОРТУ В СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ	258
Погребняк В.	СОЦІОКУЛЬТУРНА СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКОГО КІНО	260
Прощенко В.	СУЧАСНІ ПІДХОДИ І ПРАКТИКИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЇВ	261
Пушкар Р.	ОРГАНІЗАЦІЯ КУРОРТНОГО ВІДПОЧИНКУ ЯК ПРОБЛЕМА МЕНЕДЖЕРА СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ	262
Радовинюк М.	РЕОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ КЛУБНОГО ТИПУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	263
Рузич В.	УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СТРАТЕГІЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА	264
Ряба К.	ЧИННИКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ	266
Рябець Ю.	МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	268
Сінельниченко О.	МІЖКУЛЬТУРНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКИХ РЕСУРСІВ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ	269
Семенець В.	ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ФІЛАРМОНІЇ	270
Сентемон Н.	КРЕАТИВНІ ФОРМИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	271
Слободянюк Т.	МУЗИКА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ ДИТИНИ	273
Стриженюк Н.	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	275
Темченко В.	УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	277
Ткаченко Н.	УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ПІДПРИЄМСТВА З	

	ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТАЛЬНОЇ ЛІНІЙКИ TELELOGIC	279
Токовенко М.	МИСТЕЦЬКІ ФЕСТИВАЛІ ЯК СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	281
Філанчук М.	КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН МІСТА: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ	282
Фещук А.	КУЛЬТУРОТВОРЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЦЬКОГО ОБЛАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО АКАДЕМІЧНОГО МУЗИЧНО-ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ ІМ. М.К. САДОВСЬКОГО	283
Фролова Ю.	ОСНОВНІ ЕФЕКТИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ВЗАЄМОДІЯ КОНТЕНТУ І АКСІОЛОГІЇ, ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ	286
Халілова Л.	СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЖИТТЯ КРИМСЬКИХ ТАТАР НА МАТЕРИКОВІЙ УКРАЇНІ ПІСЛЯ АНЕКСІЇ КРИМСЬКОГО ПІВОСТРОВА	289
Хоменко М.	АВТОМАТИЗОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	290
Хрущ І.	ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНО-МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	291
Цаль-Цалько М.	ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ	293
Чебан В.	ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТРАКТУВАННЯ ЖІНОЧИХ ОБРАЗІВ У СЮЖЕТАХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВІТРАЖІВ ЕПОХИ МОДЕРНУ	294
Шелест В.	ФЕСТИВАЛЬ ДЖАЗОВОЇ МУЗИКИ В УКРАЇНСЬКІЙ СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ	295
Шенол А.	СИСТЕМА ПІДГОТОВКИ ТА НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	297
Шкляренко Ж.	ПЕРФОРМАНС ЯК ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ	299
Шудра І.	МУЗИЧНІ ФЕСТИВАЛІ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ	300
Щербакова Г.	ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНІ ШЛЮБИ УКРАЇНИ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПРИЧИНИ ВИБОРУ ІНОЗЕМНОГО ПАРТНЕРА ТА ВПЛИВ ЦЬОГО ЯВИЩА НА КУЛЬТУРНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ	302
Щербина А.	ТЕАТР У СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ	303
Ярмоленко О.	ІСТОРІЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ «АЛЬТА»	305
Ящук О.	КЛУБНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ	307

ДИЗАЙН І РЕКЛАМА: КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИ ВИМІР

Заварзін О.	ОСНОВІ КАТЕГОРІЇ ЕСТЕТИКИ	310
Крупкіна Л.	ІДЕОЛОГІЯ «ДРУЖНЬОГО САДУ»	311

Novikova O., Pryshchenko S.	EUROPEAN EXPERIENCE OF THE ENVIRONMENTAL PUBLIC ADVERTISING	312
Овчаренко О.	КОНЦЕПТУАЛЬНІСТЬ ПРОЕКТУВАННЯ ЯК ОСНОВА ВИРАЗНОСТІ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО ПОШУКУ	313
Алдошина А.	ПРИНЦИПИ ПРОЕКТУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ	315
Андросюк Д.	ВИДИ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ	317
Бохоновська А.	ОСНОВИ ОСВІТЛЕННЯ В ЗАКЛАДАХ ХАРЧУВАННЯ	317
Горова Д.	СТРАТЕГІЯ ПРОМОЦІЇ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВИДАВНИЧОМУ РИНКУ	319
Дударець А.	ЕЛЕМЕНТИ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ДЕКОРАТИВНОЇ РОСЛИННОСТІ	320
Кацевич О.	ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ПРОСТОРУ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО ЖИТЛОВОГО БУДИНКУ	321
Ковальський І.	КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ЕКОЖИТЛА	323
Ларіна О.	СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ МУЗИЧНОГО ГУРТУ	324
Мошенська О.	МАЛІ АРХІТЕКТУРНІ ФОРМИ В ЛАНДШАФТНОМУ ПРОЕКТУВАННІ	326
Ніжинська Т.	РОЛЬ ІЛЮСТРАЦІЇ В РЕКЛАМІ	327
Петроченкова В.	ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ХУДОЖНЬОЇ ВИРАЗНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ РОЗВИВАЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ	328
Попіль М.	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТРАНСФОРМОВАНИХ МЕБЛІВ	330
Тарасенко Ю.	ЕКОЛОГІЧНО-ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОЛОГІЇ	331
Чепоров С.	ДИЗАЙН ПРИМІЩЕНЬ ЗАГАЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ В ЕКОСТИЛІ	332
Якуніна І.	КЛАСИФИКАЦІЯ ШРИФТІВ	334

ХОРЕОГРАФІЧНА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОЦЕСІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Богданова М.	СУЧАСНА ХОРЕОГРАФІЧНА ОСВІТА В СИСТЕМІ ВИЩИХ ТА СЕРЕДНІХ МИСТЕЦЬКИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ	336
Чулят О.	СИСТЕМА ТА ОСОБЛИВОСТІ ТАНЦЮВАЛЬНО-РИТМІЧНОГО ВИХОВАННЯ В ХОРВАТІЇ	337
Абрамова А.	БАЛЕТ, ТАНЕЦЬ, ХОРЕОГРАФІЯ: ДО ПРОБЛЕМИ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО РОЗМЕЖУВАННЯ	338
Бабенко А.	НАЦІОНАЛЬНИЙ КОСТЮМ: ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ В ПОБУТІ ТА ХОРЕОГРАФІЇ	341

Базалій В.	ДЖАЗ-ТАНЕЦЬ ТА ЙОГО ВИДИ, ЯКІ ОТРИМАЛИ ВИЗНАННЯ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ У СУЧАСНІЙ ХОРЕОГРАФІЇ УКРАЇНИ	344
Дударчук І.	ВПЛИВ ТЕНДЕНЦІЙ РІЗНИХ МИСТЕЦТВ НА КУЛЬТУРУ БАЛЕТУ ХХ СТОЛІТТЯ	348
Завірюха О.	РЕФОРМУВАННЯ БАЛЕТНОГО МИСТЕЦТВА У СУЧАСНОМУ ДИСКУРСІ	351
Карпенко Л.	ГУМОРИСТИЧНІ ОБРАЗИ ВИКОРИСТАНІ У ТАНЦЯХ НАРОДІВ СВІТУ	354
Листопад А.	СИНТЕЗ РАЦІОНАЛЬНОГО ТА ЧУТТЄВОГО У БАЛЕТМЕЙСТЕРСЬКОМУ ЗАДУМІ	357
Нечитайло К.	ІСТОРИКО-ПОБУТОВІ ТАНЦІ XVI СТ. – XIX СТ. ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІЗ БАЛЬНОЮ ХОРЕОГРАФІЄЮ	359

Наукове видання

КУЛЬТУРА І МИСТЕЦТВО: СУЧАСНИЙ НАУКОВИЙ ВИМІР

Матеріали ІІ міжнародної наукової конференції
молодих вчених, аспірантів та магістрів

Редактори: А.М.Зоряна, І.М. Золотар

Художнє оформлення *О.В. Тишкевич*

Комп'ютерна верстка *О. В. Тишкевич*

Підп. до друку 15.12.2017. Формат 60х84 1/8.
Папір друк. апарат. Друк офсетний. Облік.-вид. арк. 35,36
Умов. друк. арк. 20,57. Зам….. Тираж 300.

Видавець і виготовлювач
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
ДК № 3953 від 12.01.2011.