

Кафедра менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
ГО «Центр суспільних інновацій»
Львівський національний аграрний університет
Львівська комерційна академія

**СОЦІОКУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ:
СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ**

Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції

м. Львів, 27 листопада 2015 року

Львів 2015

УДК [316.42]65:37:7(043.2+063)

Соціокультурна діяльність: стан, проблеми, перспективи розвитку: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 27 листопада 2015 року; за заг. ред. Щурко У.В. – Львів: «Сполом», 2015. – 99 с.

У збірнику представлені матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Соціокультурна діяльність: стан, проблеми, перспективи розвитку», яка проходила у м. Львові 27 грудня 2015 року. Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів і наукових установ, студентів, аспірантів, докторантів, практичних працівників і широкий читацький загал.

Рекомендовано до друку: засіданням громадської організації «Центр суспільних інновацій» (Протокол № 01/12/15 від «4» грудня 2015 р.)

© ГО «Центр суспільних інновацій»

© Автори доповідей

ДОКУМЕНТАЛІЗМ І ХУДОЖНІСТЬ ЯК ЗБАГАЧЕННЯ ДУХОВНОЇ КУЛЬТУРИ

У ХХ столітті виникла, розвивалася та вдосконалювалася фотографія. Водночас це період грандіозних всесвітніх потрясінь – спустошливі світові війни, застосування найжахливіших засобів масового знищення, від отруйних газів до термоядерної зброї у Хіросімі й Нагасакі, зрештою, підступний Чорнобиль. Це і вихід людини у космос, генна інженерія, “зелена революція”, небачені досягнення медицини і загального рівня добробуту в окремих регіонах світу та спустошливі голодомори в Україні, добродійні акції і загальний поступ гуманізму та оргії кривавих диктаторів. Це було століття, тенденції якого відчутні і в наші дні, коли самі явища і процеси випереджують найсміливіші фантазії. То ж чи треба дивуватися, що однією з найхарактерніших рис мистецтва – літератури, кінематографа, а згодом – і телебачення, стало торжество документа і документалізму. Документ – чітка і точна фіксація подій потіснила художній вимисел та фантастику, а з іншого боку, зумовила деяку деформацію системи художньої образності. Утверджуються поняття “феномен документалізму” та “поетика документалізму”. [3].

Якщо говорити про візуальну фіксацію епохальних подій ХХ століття, то, безсумнівно, пальма першості належить фотооб'єктиву і його породженню – кіно- і телекамері, які мають значно ширші можливості рухливого кадру. Ні в кого з майстрів об'єктива і камери, а також теоретиків фототворчості не було жодного сумніву в документальній достовірності цього виду зображення. Це пояснюється самою природою фотографії, своєрідністю її знакової системи, відповідно до якої знак є не умовним, як у випадку з мовою, а цілком адекватним змістові, наочним.

З появою фотографії художня культура збагатилась документалізмом, який був усвідомлений як естетична якість. Ця корінна якість нового виду мистецтва увійшла до всієї сучасної культури. Органічне включення документалізму як естетичної якості, відкритої фотографією, позитивно впливає і на інші види мистецтва. Нарешті, досліджуючи особливості естетичного ефекту від використання фотографії, краще усвідомлюємо місце і роль фотографії у сучасній культурі. [1, с.49, 51].

В естетиці загальноприйнята думка про те, що художній образ – це наслідок узагальненого та специфічно художнього мислення, яке фактично важко логічно проаналізувати. Художній образ здебільшого збірний, а не списаний з однієї конкретної особи. Дуже часто художника порівнюють з бджолою, яка збирає нектар із багатьох квіток, перетворюючи його на неповторний продукт, якого немає в живій природі й не можна одержати жодним іншим способом. Художній образ і викликані ним естетичні емоції є художньою вигадкою, плодом фантазії.

Мабуть, жоден із видів мистецтва, окрім образотворчого, так важко не вписується у цю досить поширену ідеалістичну концепцію, яку започаткував ще Платон, як саме художня фотографія. У свідомості “фотографізм” завжди жив як синонім копіювання, натуралістичного відтворення. І це пов’язано з самою природою знакової системи фотографії, тим, що пов’язано з потребою “перекладу”. Він, як кажуть, самоочевидний, тобто точно відтворює об’єкт. Дещо близьким до фотографії може бути художній портрет конкретної особистості. Але близькість не означає тотожності.

Популярний російський дослідник Сергій Морозов у солідних монографічних дослідженнях говорить про різницю між фотографічним сприйняттям природи, а також виявляє пов’язану з нею напруженість стосунків фотографічної творчості й традиційного образотворчого мистецтва. [6, с.]. У них різна естетика, неоднакові закони бачення і відтворення. Вони по-різному передають простір та особливо час і рух (проблема художнього часу, власне, у нерухомому зображенні). У цих мистецтвах істотно різне і співвідношення цілого та деталей. Але око і рука художника, переносячи на полотно чи папір образ природи, неминуче і здебільшого непомітно її трансформують, підпорядковують певному ладові, який істотно відрізняється від того, в якому викладає зображення на площину фотографічний апарат. Навіть найоб’єктивніший художник передає певне враження від природи, а не її точну подобу.

Та повернімося до механізму і психології творення художнього образу саме в документальній за своєю першоосновою фотографії. Як уже наголошувалося, художній образ відрізняється від вдалої копії реальної картини дійсності незрівнянно більшою інформаційною насиченістю, довговічністю дії. Дослідники природи художньої образності фотографії відзначають, що пізнаючи, людина виходить за межі здобутої від зображення інформації. [5, с. 98].

Теоретико-психологічні дослідження природи творів мистецтва, естетичних емоцій показали, що художній образ володіє здатністю

тривалої дії. Створені десятиліття, століття, навіть тисячоліття тому художні образи надалі випромінюють вкладену в них художню енергію, хвилюючи наших сучасників. І не істотно, чи це твори музичні, образотворчі та словесні. Є підстави твердити, що справжні художні знімки теж витримують випробовування часом, вони теж живуть самостійним художнім життям. Можемо покликатися на власний скромний досвід, коли з роками вдало знайдені образи відомих людей не втрачають значущості, глядачі сприймають їх так, ніби вони створені нині. Дослідники наводять дуже цікаві свідчення інших фотомайстрів, які випробовують свої твори часом. Наприклад, відомий чеський фотохудожник Йозеф Судек вішав новий кадр на стіну і вважав його вдалим, якщо за півроку той не встигав йому остогиднути. Інша, менш відома у фотомистецтві особистість зауважує, що художній знімок повинен “завжди створювати і збуджувати різні настрої і думки”. [5, с. 99].

Можливо, це дещо наївний, надто суб’єктивний, утім не позбавлений сенсу критерій, до якого широко вдаються дослідники образотворчого мистецтва, називаючи цю його якість картинністю.

Найскладніший аспект з’ясування природи документальної, за своєю суттю, фотографії полягає в тому, як виявляється художній домисел, творча фантазія. Відповідей на ці запитання багато. На нашу думку, можна виділити три найважливіших моменти, і три, можна сказати, етапи привнесення суб’єктивного, власне творчого начала в художньому осягненні документалістом дійсності.

У мистецтвознавчих та літературознавчих дослідженнях давно йдуть пошуки характеру узагальнення у процесі творення художнього образу. Як уже наголошувалося, найпоширенішим способом творення художнього образу є його народження як наслідок фантазії, повної вигадки. Таким є “Демон” М. Врубеля, графічні роботи із серії “Капричос” Ф. Гойї та багато інших літературних та мистецьких образів. Ще частіше трапляються збірні образи, які мають багато прототипів. Нерідко письменники та художники говорять про те, що за основу для створення образу брали якусь конкретну людину, але осмислювали її сутність по-своєму, відповідно до задуму. Художник слова чи навіть майстер пензля вільний у виборі. Він не зобов’язаний дотримуватись документальної достовірності, точності відтворення, хоча, скажімо, у живописному портреті деякий ступінь подібності неминучий.

Однак трапляється так, що образ “придумує” саме життя, сама природа. Це, мабуть, неточно сказано. Йдеться про те, щоб вибрати основу. Іншими словами, йдеться про ті дивовижні випадки, коли

пошуки митця спрямовані на відбір, вибір єдино можливого, цілісного із сотень, тисяч, а деколи – й сотень тисяч, того щасливого зразка, еталона, коли художнє око, особливе чуття вгадує художню цінність об'єкта. Автор цих рядків багато разів переконувався в тому, як важко буває навіть освіченій, літературно обдарованій людині зрозуміти фотомитця, котрий, одержимий своєю працею, десятки разів вдивляється у той самий образ, або днями їздить різними місцями, щоб тільки знайти саме той об'єкт, який йому потрібний. Інколи здається: є, знайшов, а виявляється – не зовсім те, що треба.

Чому відбувається саме так? Річ у тому, що передумови успіху фотохудожника закладені в натурі. Він вигадує, не придумуючи того, чого не дає об'єкт, а вибираючи і комбінуючи те, що бачить око. Його можна порівняти із майстром вирізати фігури з коренів і стовбурів дерева. Такий художник вибирає дивовижні природні комбінації різних частин дерева, – що за незначної обробки різцем створюють образ. Око художника творить, вибираючи із сущого. У фотомистецтві роль різця виконують покликання, душа і серце.

Закономірність переростання інформативного засобу в художній виявляється за теоретико-комунікативного підходу, зазначає В. Борєв. “Загальноестетичний підхід допомагає виявити другу закономірність: нова художня якість, яка виникла з інформативності фотографії, – документалізм – увійшла в систему художньої культури, збагатила всі види мистецтва і повернулася у фотографію, збагачена ними. Подібна пульсація є закономірністю: нова художня якість, породжена новим мистецтвом, мігрує у традиційні види мистецтва і, збагачена, повертається до свого першоджерела. Відбувається дедукція документалізму із фотографії в художню культуру та індукція похідних якостей, які в ній виникають, у фотографію” [1, с. 51].

Це продуктивне теоретичне спостереження явища, яке завжди вловимо зовнішнім оком. Саме ж художнє бачення реальності характеризується різним рівнем вигадки та фантазії. Від непомітного для зовнішнього ока “ледь-ледь” до шокуючого для незвичного ока зміщення ліній, площин, фарб, тонів, яке робить зовнішнє зображення неправдоподібним у модерній фотографії.

Проблема тільки в тому, щоб ці технічні можливості використовували з високою естетичною метою та художнім смаком, а не задля того, щоб вразити, шокувати та бути модним заради самої моди. Від цього ще понад десять років тому серйозно застерігав Роман Баран, представляючи на шпальтах часопису майстра кольорової абстрактної фотографії Олександра Соловія, який мешкає у Філадельфії. Він зазначав, що “кольоровою фотографією бавиться

будь-хто, кому не лінки. Володіння кольором – це складна і важка наука. Художник вивчає кольористику в художній школі, в інституті й фактично все життя. Фотограф купує плівку, хімію й інструкцію і радіє, що світ на фотоплівках замайорів”. [4, с. 30-32].

Зрозуміло, що частіше до сучасних технічних можливостей фотографії вдається так званий авангард, зокрема, одна з найдавніших фотографій, ще до кольорових, – пікторальна. Здається, що найвагомішим здобутком пікторальної фотографії є її спроможність створювати не лише оригінальні за технічними засобами виконання світлини, а й справжні картини, не менш узагальнені за образно-пластичними засобами виконання, аніж живописні полотна, де немає жодної живописної деталі. Суміш світливства із живописом – штукарство, у якому більше кітчю, ніж мистецтва. У світливства достатньо своїх, властивих суто йому засобів одержання живописних ефектів і трансформації життєвих реалій у будь-які найнеймовірніші, серед них і авангардні, мистецькі вияви.

Життєва достовірність і мистецьке світливство не суперечать одне одному. Та більше: ці якості в сукупності дають ні з чим не зрівнянний естетичний ефект від перетвореної реальної дійсності.

Ніхто не має права претендувати на монополію теоретичного законодавця у мистецтві, встановлювати правила та обмеження. Все вирішує мистецька практика, яка ґрунтується на індивідуальному таланті, досвіді та знанні, на теорії також. [2]. А законодавцем естетичних кодексів і правил є творча практика.

Отже, в особі фотохудожника має поєднуватись людина техніки й естетики, та ще й з розумінням природи комунікації. Вона має бути добре організованою, але водночас людиною глибоких почуттів і спостережливості, яка вміє бачити образність і гармонію. Вона – господар фототехніки і художнього задуму, вміє мислити концептуально і прогностично. Вона – хронікер і публіцист свого часу.

Список використаних джерел:

1. Боров В. Фотография в структуре массовой коммуникации / В.Боров. – Вильнюс, 1986. – С. 49, С. 51.
2. Десятерик Д. Оптика наївності / Десятерик Д. // День. – 2007. – № 60.
3. Дробашенко С. В. Феномен достоверности: очерки теории документального фильма / Дробашенко С. В.. – М., 1972.
4. Баран Р. Світло й Тінь – 1993. – № 3. – С. 30–32.

5. Михалкович В. И. Поэтика фотографии / Михалкович В. И., Стигнеев В. Т. – С. 98.
6. Морозов С. Творческая фотография / Морозов С. – М., 1989.

Засадко В. В.,

к.е.н., старший науковий співробітник Регіонального філіалу
Національного інституту стратегічних досліджень у м. Львові

РОЗВИТОК МІСЬКОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УРБАНІЗОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ

Високорозвинена інфраструктура має важливе значення для ефективного функціонування економіки. Показники якості інфраструктури розглядаються при оцінці рівня конкурентоспроможності, економічної безпеки держав, регіонів і міст. Наприклад, Всесвітній економічний форум щорічно розробляє індекс глобальної конкурентоспроможності [1], до складу якого входить оцінка якості інфраструктури. Так, динаміка індексу якості інфраструктури України (складника індексу глобальної конкурентоспроможності) ілюструє досягнення позитивних результатів у вдосконаленні транспортних, телекомунікаційних мереж, хоча рівень цього показника досить низький (рис. 1).

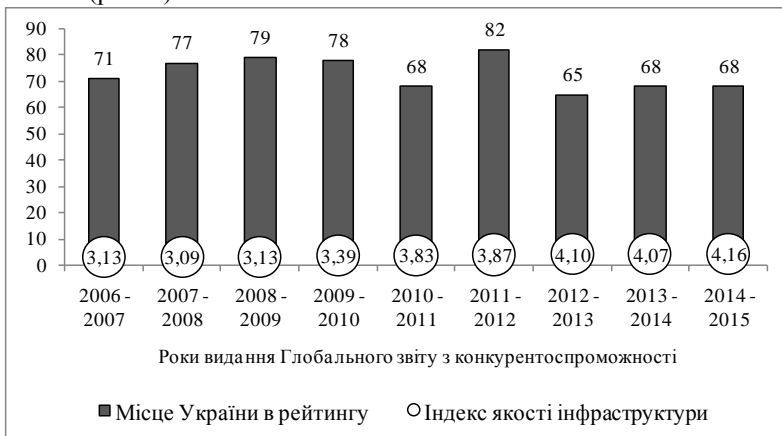


Рис. 1. Динаміка індексу якості інфраструктури України (складника індексу глобальної конкурентоспроможності), 2006-2015 рр.

Побудовано за: [1]

Взаємозв'язки між рівнем розвитку інфраструктури міст та їх економічною безпекою демонструють дослідження іноземних науковців. Група аналітиків «Intelligence Unit» журналу «The Economist», формуючи індекс безпечних міст світу, розглядає безпеку міської інфраструктури як одну з чотирьох категорій безпеки урбанізованого середовища (решта категорій – інформаційна безпека, безпека здоров'я, безпека особи) [2]. За цією методикою у 2015 р. найбільш безпечну інфраструктуру мають міста Цюрих, Мельбурн та Сідней.

Останні дослідження перспектив розвитку міст в умовах інтенсифікації процесів урбанізації та глобалізації містять ґрунтовну аргументацію важливості міської інфраструктури для безпеки населення та стабільного функціонування урбанізованих територій. Ця теза відображена у популяризації концепції «зеленої» міської інфраструктури [3], яка спрямована на мінімізацію екологічних ризиків, та реалізації моделі «розумного міста». Наприклад, європейська модель «Розумного міста» містить такі ключові елементи, як розумна економіка, розумна мобільність, розумне довкілля, розумні люди, розумне життя та розумне врядування [4]. Для реалізації цієї моделі в ЄС створена Європейська ініціатива «Розумного міста», де пріоритетними напрямками визначено: розвиток «розумного» житлового будівництва (із застосуванням новітніх енергозберігаючих технологій), модернізація енергетичних мереж, розбудова транспортної інфраструктури. До цієї ініціативи залучено понад 4500 міст [5].

Вищий рівень розвитку інфраструктури характерний, переважно, для більш урбанізованих регіонів України (рис. 2).

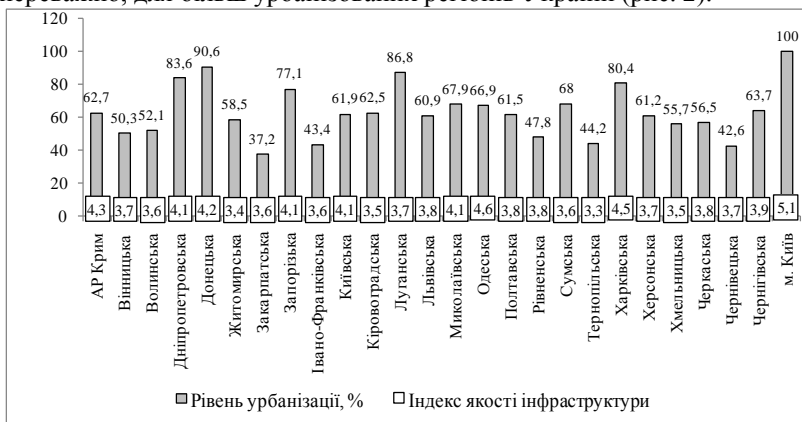


Рис. 2. Рівень урбанізації та індекс якості інфраструктури регіонів України, станом на 01.01.2014 р.

Побудовано за: [6; 7]

Практика показує, що майже всі основні елементи індустріально-інноваційної економіки зосереджені на урбанізованих територіях. У містах концентрується основна маса капіталу і керівні структури. Переважна частина сучасної економіки просторово розміщена в містах. Отже, урбанізація сприяє прискоренню економічного зростання, оскільки в місті продуктивність вища, ніж у сільській місцевості. Таким чином, виявляється логічний взаємозв'язок – для забезпечення позитивного впливу урбанізації в умовах прискореної модернізації країни необхідна ефективна міська інфраструктура.

Разом з тим, сповільнені темпи розвитку елементів міської інфраструктури, що не відповідають динаміці чисельності населення, суб'єктів господарської діяльності і зростанню їхніх потреб, зумовлюють низку ризиків для економічної безпеки міст. Найбільш загрозливими є недоліки і проблеми функціонування житлово-комунальної, дорожньо-транспортної та еколого-техногенної інфраструктури.

Серед проблем житлово-комунальної інфраструктури необхідно виділити високу енергоємність експлуатації житла, погіршення технічного стану інженерного обладнання, конструктивних елементів будівель, наявність ветхого та аварійного житла, відсутність належного благоустрою в квартирах.

Навантаження на житлово-комунальне господарство створює ризики еколого-техногенної інфраструктури, пов'язані із дестабілізацією функціонування систем водопостачання і водовідведення, збиранням та утилізацією твердих побутових відходів.

Ризики дорожньо-транспортної інфраструктури проявляються в низькій якості дорожнього покриття, недостатній розвиненості дорожньої мережі та її пропускної спроможності, нестачі місць для паркування, частих заторах, проблемах функціонування громадського транспорту.

Здійснення ефективних реформ в Україні потребує нівелювання інфраструктурних обмежень міського розвитку, які створюють загрози безпеці систем життєзабезпечення міст, знижують рівень конкурентоспроможності урбанізованих територій. Перед органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування стоїть завдання пошуку додаткових інструментів та ресурсів для розвитку міської інфраструктури, системи життєзабезпечення міст, створення умов для підвищення ефективності та надійності функціонування житлово-комунального господарства, залучення інвестицій у технічне

переоснащення об'єктів громадського транспорту та дорожньої інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. The Global Competitiveness Index data platform [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/issues/competitiveness-0/gci2012-data-platform/>.

2. The Safe Cities Index: Assessing urban security in the digital age [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://safecities.economist.com/wp-content/uploads/2015/06/Safe_cities_index_2015_EIU_report-1.pdf.

3. Merk O., Saussier S., Staropoli C., Slack E., Kim J. Financing Green Urban Infrastructure. OECD Regional Development Working Papers 2012/10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dc.doi.org/10.1787/5k92p0c6jbr0-en>.

4. The smart city model [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.smart-cities.eu/index.php?cid=2&ver=3>.

5. European Initiative on Smart Cities [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://setis.ec.europa.eu/set-plan-implementation/technology-roadmaps/european-initiative-smart-cities>.

6. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013. Назустріч економічному зростанню та процвітанню. Фонд ефективне управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.feg.org.ua/docs/FEG_report_2013_body_ukr_web.pdf.

Журавльов О.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД,
Національна академія статистики, обліку та аудиту

МІСЦЕ І РОЛЬ КУЛЬТУРИ В ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Питання про взаємозв'язки економіки і культури відноситься до найбільш складних і заплутаних в сучасному економічному дискурсі.

На думку О. Аузана, «культура впливає на економіку не менше, ніж економіка впливає на культуру. Якщо зазвичай економістів запитують, як влаштувати економіку культури, то для мене серйозне питання – як перебудувати культуру економіки. Перебування країни в тому чи іншому ешелоні, тривалі проблеми, з якими стикається країна

протягом століть, нерідко пов'язані з тими культурними кодами і нормами, які сповідує ця країна» [1].

С. Хантінгтон підкреслює, що існує різниця у сприйнятті понять «цивілізація» як єдина, так і одна з декількох. Ідея цивілізації була розроблена французькими філософами 18 ст. як протиставлення поняттю «варварства». Цивілізоване суспільство відрізняється від примітивного тим, що воно є осіле, урбанізоване, грамотне.

Концепція цивілізації встановлювала стандарти, за якими судять про суспільство, і протягом 19 ст. європейці витратили чимало зусиль для того, щоб розробити критерії, за якими про неєвропейські суспільства можна було б говорити як про «цивілізовані» для прийняття їх до міжнародної системи, в якій домінувала Європа [2, с. 49].

В період після закінчення «холодної війни» найбільш важливими відмінностями між людьми є не ідеологічні, політичні чи економічні, а саме культурні. Соціуми намагаються відповісти на питання «хто ми є?» і відповідають традиційним чином – звернувшись до понять, які мають для них найбільшу важливість (релігія, мова, історія, цінності, звичаї і громадські інститути). Ідентифікація в таких випадках йде з етнічними групами, релігійними громадами, націями і цивілізаціями [2, с. 23]. Хантінгтон наголошує, суперництво наддержав змінюється сутичками цивілізацій [2, с. 24]. Автор продовжує: «найбільш небезпечні конфлікти будуть відбуватися не між соціальними класами, бідними і багатими, а між народами різних культурних ідентифікацій. І найбільш гострі саме ці конфлікти, що відбуваються уздовж лінії розлому між цивілізаціями. Люди, що розділені ідеологією, але об'єднані культурою, поєднуються, як це зробили дві Німеччини».

Розвиток релігій в різних частинах світу посилює відмінності в основоположних цінностях, соціальних відносинах, звичаях і загальних поглядів на життя в різних цивілізаціях. Культури можуть змінюватися і їх вплив на економічний і політичний розвиток може відрізнятися в різні історичні періоди. Хантінгтон підкреслює, що «основні відмінності політичного і економічного розвитку різних цивілізацій мають коріння в відмінностях культур».

Визначальним при ідентифікації цивілізаційного підходу у сучасних економічних дослідженнях є досвід дослідників Міжнародного інституту П. Сорокіна - М. Кондратьєва, де автори визначають термін «цивілізація» наступним чином – це найвища ступінь організації і розвитку людського суспільства, найвища і в логічному, і в історичному плані [5].

При цьому варто виділити трьохвимірний простір цивілізації:

- глобальна цивілізація: людство, яке досягнуло цивілізаційного розвитку;

- локальні цивілізації: складові частини глобального суспільства, що відрізняються за системними цінностями, умовами життя і діяльності, історичний досвід. Вони також проходять через певні етапи історичного шляху – зміна поколінь локальних цивілізацій і фаз життєвого циклу кожної цивілізації;

- світові цивілізації: великі етапи розвитку глобальної цивілізації і цикли поколінь локальних цивілізацій, епохи в розвитку людства як єдиної мегасистеми.

I. Валерстайн визначає цивілізацію як «унікальну комбінацію традицій, суспільних структур і культури (як матеріальної, так і «високої»), які формують ту чи іншу історичну цілісність і яка співіснує з іншими подібними феноменами» [4, с. 28].

A. Тойнбі підкреслює, що цивілізація виникає як відповідь на виклики і потім проходить скрізь період росту, включаючи посилення контролю над середовищем, чим займається творча еліта, далі слідує час безпорядків, виникнення загальної держави, а потім – розпад. Незважаючи на те, що між цими теоріями є різниця, всі вони сходяться в тому, що цивілізація в своїй еволюції проходить час безпорядків чи конфліктів, потім створення єдиної держави і, нарешті, занепад.

Вся сукупність економічних систем може бути розділена на 2 частини: саморегульована та культурно-регульована.

До першої категорії слід віднести системи, які надають всім рівні права, свободу виразу і можливість вести себе на свій розсуд за умов, що індивідууми намагаються створювати економічну корисність і виконують «золоте правило» (чи використання певних еквівалентів). Їх основною рисою є саморегулювання, тобто індивідуалістичне прагнення до корисності без перешкод з боку держави чи суспільства, а норми поведінки відображають освічені культурні ідеали розвиненого Заходу.

В саморегульованих системах іноді можливе регулювання і управління з боку держави чи суспільства для того, щоб вжити заходи у боротьбі з волатильністю ринку чи для корегування розподілу доходу через виплати одноразових дивідендів. Однак таке втручання має бути нейтральним, без політичних і партійних пріоритетів. Саморегулювання включає конкурентні ринки і демократичні уряди, які використовують різнопланові правила для перерозподілу доходу, а також будь-які кібернетичні системи, включаючи оптимальне директивне планування, яке використовує ці результати.

Харрісон особливе місце в дослідженні особливостей економічного розвитку США, Великої Британії, Японії, Тайваню, П. Кореї відводить культурі. На думку автора, Британія втратила роль світового лідера, тому що втратила спрямування до праці, збережень, творчості і ризику. Східно-азійські країни стали предметом заздрості для всього світу саме тому, що вони високо цінують саме ці якості. Також наочними є уроки того, до чого призводить роздробленість і роздільність націй, що відбувається через неефективність «плавильного котла» – Радянський Союз, Югославія, Кіпр, африканські країни. Харрісон наполягає, що процвітають суспільства, які мають прихильність до майбутнього, освіти, успіху і майстерності, прихильні до ідей свободи і справедливості [3, с. 277].

Автор виділяє декілька критеріїв, за якими можливо ідентифікувати ефективність економічного, політичного і соціального розвитку:

- радіус довіри як окремої людини, так і суспільства в цілому;
- ототожнювання індивіда із суспільством і державою;
- строгість морального кодексу (який може бути заснований на релігійних догмах);
- відношення до праці та новаторства.

Л. Харрісон виділяє культуру як найважливіший фактор, що бере участь у формуванні суспільства [3, с. 16]. Саме через цю призму виділяється культурна патологія нерозвиненості.

В. Новіков підкреслює, що слово «культура» має багато значень у всіх мовах. В буденному розумінні під цим словом найчастіше мають на увазі сферу суспільного життя, що охоплює всі види мистецтва, науку, літературу, релігію.

Люди, які не займаються цим професійно або не цікавляться цими сферами життя, знаходяться наче за межами культури. В досліджах Харрісона та Новікова культура охоплює всіх до єдиного членів суспільства, бо вона розуміється як сукупність цінностей, вірувань, ставлень, норм поведінки всіх людей [6].

Таким чином, відносини між культурою та економікою переживають на сучасному етапі переломний момент. Їх зближення знаходиться на початковій стадії, і проходить воно не без проблем і труднощів. Культура до теперішнього часу все ще перебуває в парадоксальному становищі. З одного боку, спостерігається широке визнання величезної ролі культури в економіці і виробництві. Тема культури не просто присутня, але часто переповнює економічні та політичні міркування. З іншого боку, все це залишається головним чином на словах, не втілюється у практичних справах. Утверджений з

1980-х рр. неолібералізм прагне звести культуру до символічної присутності в бюджетних рядках. Бюджетні кошти, як правило, виділяються на культуру в останню чергу, за залишковим принципом, але в разі погіршення економічної кон'юнктури чи кризи витрати на культуру скорочуються першими.

Список використаних джерел:

1. Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь / Аузан А.. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 150 с.
2. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон; Пер. с англ. Т. Велимеева. Ю. Новикова. — М: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 603 с.
3. Харрисон Л. Кто процветает? / Харрисон Л. ; пер. с англ. Пинскер Б. – М.: Новое издательство. 2008. – 300 с.
4. Цивилизационная структура современного мира [Текст] : в 3-х томах. Т. 2. Макрохристианский мир в эпоху глобализации / Национальная академия наук Украины, Институт мировой экономики и международных отношений ; ред. Ю. Н. Пахомов. - К. : Наук. думка, 2007. - 690 с.
5. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Кондратьев Н.Д. – М. : Экономика, 2002. С. 370-371
6. Новіков В. Культура України з точки зору концепції Лоуренса Харрісона / Новіков В.. [Електронний ресурс]. Режим доступу - <http://www.pravda.com.ua/columns/2013/05/6/6988397/>.

Ekaterina Pankratova, Ph.D., Associate Professor,
Sociology and Personnel Management Department,
Ivanovo State University

Maria Pankratova, Ph.D., Associate Professor,
Intensive English Learning Department,
Ivanovo State Power Engineering University

ROLE OF ECOLOGICAL CONSTITUENT IN ASSESSMENT OF POPULATION'S LIFE QUALITY

Most scientists consider the introduction and the circulation of the concept «quality of life» to be connected with the problems of environmental deterioration, people's health, and urbanization processes of the XXth century. For the first time the term «quality of life» was employed by the American economist John Kenneth Galbraith in his book

«The affluent society». The scientist associated industrial production development and economic growth in general with negative influence on ecological constituent [2]. Great attention to the environmental quality as an essential aspect of the quality of life is due to the fact that the environmental quality is not only one of the elements to improve population's life quality, but its major component. The ecological constituent in population's life quality is characterized by creating such conditions when not only the environment is not damaged, but also the nature resources necessary for the generations to come are protected. Therefore, while increasing the industrial production it is important to solve environmental problems [7].

A lot of scientists who do research in the field of life quality emphasize the significance of its ecological constituent. U. Beck claims that the society cannot be perceived as something autonomous, independent from the nature. According to him, ecological problems should be considered not in relevance to the nature, but by taking into account their genesis and after-effects. U. Beck affirms that ecological estrangement is attended by both social and economic estrangement [1, p. 21-27, 99.]. Among Russian scientists who research ecological problems, we should mention O. N. Yanitskiy, who says about the formation of a new ecological paradigm, which has the following basic features: the perception of a human being as one of the great number of living beings included in the global biophysical environment; the new paradigm states the sophisticated and not always predictable dependence of man on the biophysical environment, and assumes the restriction of the social progress with the help of ecological laws [15, p. 85]. The researcher stresses the importance of the human environment, stating that the more intensive is the rate of the society modernization, the bigger is the role of the quality of the human environment [14, p. 87]. Specialists in the field of social ecology affirm that nowadays ecologists are supposed to make a more profound analysis of the social processes as well as to reveal actual interrelation between the actions of certain social groups and communities, and the level of ecological safety of regions, branches, and the society in general [8, p. 94]. A. I. Subbeto emphasizes the importance of ecological constituent in population's life quality. He introduced the term of «vital ecological» value that is «negative economic value» of goods, technologies, services that decrease people's life span and damage the nature [11, p. 32-37]. In D. Markovich's scientific works the quality of the environment includes «natural and manmade resources, activity and environment processes, means and methods of implementing ecological policy» [9].

It again asserts the importance of analyzing the ecological constituent in the structure of life quality and this constituent has a great influence on life of a particular person, as well as on society in general.

The significance of the ecological factor is also affirmed at the highest political level. The Ecological Doctrine of the Russian Federation declares that nature preservation and environmental improvement are considered to be the priorities of our state and social activity. Natural environment must be integrated in the system of social and economic relations as the most essential component of the national patrimony. The formation and the realization of the strategy of the country's social and economic development and the state policy in the field of ecology must be interconnected, as the health of the population, social and ecological well-being are indissolubly related to each other. The strategic aim of the state policy in the field of ecology is the preservation of the natural systems, keeping of their integrity and life-supporting functions to supply sustainable development of the society, life quality improvement, population's health and demographics improvement, and ecological safety security of the country [13].

Nowadays much attention is paid to the concept «sustainable development». The interest to sustainable development was aroused by the current state of affairs by the end of the XXth century, which had stated in the preamble of the outcome document of the United Nations Conference on environment and development on the highest level in Rio de Janeiro (1992): «The mankind is now surviving the crucial moment of its history. The world had encountered the problems of increasing poverty, famine, illnesses, illiteracy, continuing deterioration of environmental systems, on which our well-being depends» [4, p. 3].

The term «sustainable development» was widely introduced by the World Commission on Environment and Development (WCED) in 1987 (the Brundtland Commission). Sustainable development means the development that meets the current people's needs, but does not put in jeopardy the ability of the generations to come to satisfy their own needs. Sustainable development includes two key interrelated concepts: the concept of needs, in particular the essential needs, and the concept of limitations imposed by the state of technology and social organization on the environment's ability to meet both present and future needs [3, p. 124].

The social meaning of the concerned concept consists of overcoming historically formed and continuing to grow social inequality on a global base, and it is considered to be the necessary precondition of changing the interrelation mode between society and nature for the mankind to settle down to the course of sustainable development as a particular type of the

world civilization development that is to provide the preservation of the human society's living environment on the earth and its further improvement. [4].

The concept of sustainable development established the following parameters of sustainable development: broad participation of the civil society in developing and giving effect to the solutions that determine the functioning and prosperity of our society; state policy that aims at pulling through social antagonism of factors and respecting pluralism and diversity; strengthening the role of family <...>, as well as the role of community and civil society; widening the access to knowledge, technologies, education, health services, information, and etc.

The basic parameter of sustainable development is the quality of life that proves to be an indicator of stability of the social system as well as an indicator showing the possibility of settling down to the course of sustainable development.

Russia has also settled down to the course of sustainable development. In the conceptual foundation of Russian's settling down to the course of sustainable development it is said that eliminating the current contradictions is possible only in the course of steady social and economic development not destroying its nature base. The improvement of population's life quality should be provided to such an extent of the economic capacity of the bio environment the excess of which leads to the destruction of the natural biotic mechanism of environment regulation and its considerable changes. Only the fulfillment of these conditions ensures environment preservation and the possibility for the generations to come existence [6].

The concept of sustainable development is very closely connected to the concept of «green economy». Green economy is considered low-carbon, resource efficient economy that includes social aspects. In green economy the growth of income and the increase in employment are stimulated by the state and private investments, which encourage the decrease in carbon emission and pollution, and the increase in energy and resource efficiency, and the prevention of atrophy of biological diversity ecosystem services [16].

The content of these two concepts – «sustainable development» and «green economy» is the same. The concept «green economy» implies some particular actions: the usage of alternative sources of energy, the indemnification of job losses when settling down to the course of green economy, sustainable forest management and ecological methods of farming, promotion for the increased amount of investments when settling down to the course of green economy, and etc. To conclude, it should be

said that sustainable development includes green economy that is known to be an instrument for its achievement. [10].

Therefore, the use of natural resources, the development of science and technologies, the employment of capital in various countries should only be aimed at finding the equal balance between nature and society, but not at plundering of natural resources. Life quality cannot be achieved without harmony with nature and renouncing consumerism and squander [12].

High living standards and life quality level are impossible without pure nature. The ecological constituent certainly plays a leading role in the structure of life quality as an indicator of the social development of particular country, region, city or other small land areas.

Bibliography:

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / Бек У. – М.: Прогресс-Традиция, 2000.

2. Гелбрейт Дж. Жизнь в наше время / Гелбрейт Дж. – М., 1986. – 408 с.

3. Гизатуллин Х. Н. Концепция устойчивого развития: новая социально-экономическая парадигма / Гизатуллин Х. Н., Троицкий В. А. // Обществ. науки и современность. – 1998. – №5.

4. Левашов В. К. О социальной сущности концепции устойчивого развития / Левашов В. К. // Социол. исслед. – 1997. – № 3.

5. Левашов В. К. Устойчивое развитие общества: парадигма, модели, стратегия / Левашов В. К. – М. : Академия, 2001.

6. Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому (Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 01.04.96. N 440).

7. Косинский П. Д. Экологическая компонента качества жизни населения: региональный аспект // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – №6-3. – С.484-488. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskaya-komponenta-kachestva-zhizni-naseleniya-regionalnyy-aspekt> (дата обращения: 15.11.2015).

8. Краснов Е. В. Социальная экология: от науки к реальности / Краснов Е. В., Кривошеев В. В. // Социол. исслед. – 2006. – № 7.

9. Маркович Д. Ж. Социальная экология и качество жизни / Маркович Д. Ж. – М., 1998. – 339 с.

10. Никулина Н. Л. Влияние экологических факторов на качество жизни населения // Фундаментальные исследования. – 2014. – №5-4. – С.830-833. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie->

ekologicheskikh-faktorov-na-kachestvo-zhizni-naseleniya (дата обращения: 15.11.2015).

11. Суббето А. И. Управление качеством жизни и выживаемость человека / Суббето А. И. // Стандарты и качество. – 1994. – №1.

12. Титаренко Л. Г. Экологически ориентированный образ жизни как составляющая высокого качества жизни населения и устойчивого развития общества // Социологический альманах. – 2011. – №2. – С.157-164. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskii-orientirovannyi-obraz-zhizni-kak-sostavlyayushchaya-vysokogo-kachestva-zhizni-naseleniya-i-ustoychivogo-razvitiya> (дата обращения: 15.11.2015).

13. Экологическая доктрина Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства РФ 31.08.02 г. N 1225-р).

14. Яницкий О. Н. Россия как экосистема / Яницкий О. Н. // Социол. исслед. – 2005. – № 7.

15. Яницкий О. Н. Экологическая парадигма как элемент культуры / Яницкий О. Н. // Социол. исслед. – 2006. – № 7.

16. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication [Navstrechu zelenoi ekonomike: puti k ustoichivomu razvitiyu i iskoreneniyu bednosti. Programma OON po okruzhayushchei srede]. Programme on the Environment, 2011. 739 p. Available at: URL: http://www.unep.org/roe/Portals/139/Moscow/UNEP_Green_EconomyReport_Final_May2012_Rus.pdf.

Olga Natrobina, Ph.D., Associate professor,
Economics and management department, Kaluga State University

GENDER DIFFERENCES IN EDUCATIONAL ACHIEVEMENT

According to many measures of educational attainment, women have caught up with or, in many countries, surpassed men in recent decades. For example, today, in both the United States and many countries of the European Union, well over 50 percent of the students in academic higher education are women. This development is particularly interesting in the terms of increasing returns to education that have been well documented in the literature. Given these considerable changes in the returns, this female dominance in higher education would be expected to have significant effects on the relative economic position of women. [6, p. 809]

Gender differences in degree performance may arise for a number of reasons. They may reflect differences in the types of subjects male and female students study or gender differences in individual-specific attributes

that are correlated with attainment, such as family background, age and marital status.[3, p.325] They may arise because of differences in the types and quality of the institutions male and female students attend.[7, p.80] Additionally, gender differences in attainment could be due to the psychological and/or biological factors. [4, 380] Finally, they may be the result of gender stereotyping and prejudice by a male dominated profession and which are manifest, inter alia, in the way students are assessed. Bradley, for example, reports evidence of gender bias in the grading of students and suggests that some methods of assessment are more disadvantageous than others for women. [1, p.150]

Sex differences research in Europe shows that it is difficult to separate innate from learned behavior, or to understand to what extent stereotyping influences individuals' perceptions and behavioral or cognitive sex differences. Research shows that, in general, the range of differences is small compared to the similarities existing between the sexes. [2, p. 11]

The most pronounced gender difference in achievement is the advantage of girls in reading. On average, girls read more and enjoy reading more than boys. Girls' advantage is consistent across countries, different age groups, survey periods, and study programs. In mathematics, boys and girls have similar results at the fourth and eighth school years in most countries. Boys' advantage emerges in the later school years and is especially noticeable among students who attend the same teaching programs and year groups. Gender differences in science achievement are the smallest. Despite performing equally well as boys in most countries, girls tend to have a weaker self-concept in science than males, i.e., on average, girls have lower levels of belief in their science abilities than boys. Yet, both boys and girls are similarly interested in science; and there is no overall difference in boys' and girls' inclination to use science in future studies or jobs.

Most European countries are concerned about gender inequalities in education. However, the comprehensiveness of legislative and policy frameworks differs widely. On the one hand, they differ concerning the degree to which gender equality concepts are embedded in various legislative acts. On the other hand, they can frame gender equality in different ways, focusing on one or more of the various concepts that are associated with this term (equal treatment, equal opportunities, equality of outcomes). The most common goal of gender equality policies in education is to challenge traditional gender roles and stereotypes. In connection with this main aim, countries may focus on combating gender-based harassment and violence, enhancing the representation of women in decision-making bodies or counteracting gender-based attainment patterns. [2, 15]

It seems that efforts are made to include gender and gender equality as a topic or an interdisciplinary theme in the school curricula of European countries. The same is not true for developing adequate gender-specific teaching methods and guidelines. However, these could play an important role in counteracting gender stereotypes with regard to interest and learning. With respect to sex education and personal relationships education, some countries report that a relatively high degree of freedom to choose materials and methods and the absence of good national support material contribute to the fact that these topics continue to be taught in a rather inefficient way. The non-compulsory character of many subjects which deal with certain aspects of sex education and personal relationships education may also play a part in this respect.

The earliest differences between boys and girls in attainment are revealed through falling behind in school and repetition of school years, which are more common among boys. Boys pre-dominate among early school leavers, while more girls receive an upper secondary school diploma. Girls usually obtain higher grades and higher pass rates on school leaving examinations, which, in turn, helps them to enter desired university programs. However, disadvantaged groups with low attainment do exist among boys and girls.

Teaching in the European countries is a very female occupation, in particular at the lower levels of education. Although this is considered a concern in many countries, strategies to attract more men into teaching at compulsory school level are sporadic. Education management, however, is left to a large extent to men and there seems to be a clear lack of national initiatives to encourage a more balanced situation in terms of gender.

Most countries with gender equality policies in higher education have the primary goal of counteracting horizontal segregation and the different choices of courses of study between women and men. Almost all of these policies and projects target only girls or women. Only a minority of programs focus on the study choices of boys or men. The proportion of women among teaching staff in the higher education institutions declines with every step on the academic career ladder. Although this can partly be explained by the fact that large groups of women entered universities and chose academic careers only relatively recently, this 'glass ceiling' for women is partly a result of the dominant masculine culture that exists generally in academia. Nevertheless, only a few countries are concerned about this phenomenon, and even fewer countries have implemented concrete policy actions to target vertical segregation.

Certainly, there are differences between European countries in the degree to which they focus on these different policy priorities. This is partly

due to the fact that different countries began their engagement with gender equality concerns and policies at different times, with relatively new EU member states from Central Eastern Europe being among the last to embrace this issue. As a result, many of these countries either have no policy frameworks for gender equality in education or their frameworks are less comprehensive, often focusing on policies to combat gender inequality in the labour market. In contrast, some countries that have been concerned about gender inequalities for decades have since moved towards targeting either more specific or more general inequalities. For example, Denmark has moved towards broader equality mainstreaming instead of gender mainstreaming; this is also to be implemented in the United Kingdom. Such developments demonstrate that the equality of opportunity is a multi-faceted issue which needs multiple policy responses. [2, p. 112]

Evidence on the returns and costs of education suggests that the emerging female dominance in education is caused by a combination of increasing returns to both men and women and lower female effort costs of education which has meant that the net returns to education, particularly at the higher levels, have increased more for women than for men. Whereas the level of total benefits of education are probably still higher for men, they have increased more for women over the past three decades through the removal of barriers to women's careers. The effort costs of education, on the other hand, have been lower for women for a long time due to gender differences in non-cognitive abilities. The fact that the widening gender gap in education partly reflects stalling or even falling male educational attainment is a cause for concern for policymakers since recent trends in the labor market make education ever more important for labor market outcomes. There is plenty of evidence showing that the medium-skill well-paid jobs are rapidly disappearing and that low-educated men are increasingly employed in low-paid low-skill jobs. Furthermore, there are signs that male participation rates are declining across the whole OECD and that this decline is particularly strong for low-educated men. [5, 26]

Although there is scarce evidence on the effects of policies that would directly target gender inequalities in education, one can indirectly draw some conclusions on the effectiveness of different policies. [6, 819] First of all, it seems to be the case that single-sex education is more likely to widen gender gaps in education than to decrease them. However, there are indications that male students are more responsive to school resource investments such as reductions in class size. Early intervention policies, on the other hand, seem to be more effective in improving both female and male long-term outcomes without reducing gender gaps. There is also suggestive evidence that the structure of the educational system, and the

timing of tracking in secondary school in particular, affects male and female students differently.

Bibliography:

1. Bradley, C. (1984). 'Sex bias in the evaluation of students', *British Journal of Social Psychology*, vol. 23, pp. 147-153.
2. Gender Differences in Educational Outcomes: Study on the Measures Taken and the Current Situation in Europe. Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2010.
3. Hoskins, S., Newstead, S., and Dennis, I., (1997). ' Degree Performance as a Function of Age, Gender, Prior Qualifications and Discipline Studied', *Assessment & Evaluation in Higher Education*, vol. 22, pp. 317-328
4. Mellanby, J., Martin, M., and O'Doherty, J. (2000). The 'Gender Gap' in Final Examination results at Oxford University', *British Journal of Psychology*, vol. 91, pp. 377-390.
5. Pekkarinen T, (2012) ' Gender differences in education ', *Nordic Economic Policy Review*, Number 1, pp. 1-31.
6. Pekkarinen T. (2008). ' Gender Differences in Educational Attainment: Evidence on the Role of Tracking from a Finnish Quasi-experiment ', *The Scandinavian Journal of Economics* 110(4), 807–825
7. Rudd, E., (1984). ' A Comparison between the Results Achieved by Women and Men Studying for First Degrees in British Universities', *Studies in Higher Education*, vol. 9, pp. 47 - 93.

Муха О.О.

студентка Національного університету «Львівська Політехніка»

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ФРАЗЕОЛОГІЇ ТА ЇЇ КЛАСИФІКАЦІЇ

Становлення фразеології пов'язують з ідеями французького мовознавця Ш.Балі, який зокрема запропонував термін „фразеологізм”. В окрему лінгвістичну дисципліну фразеологія відділилась в першій половині ХХ століття завдяки дослідженням Є.Д.Поливанова, С.І.Абакумова, Л.А.Булаховського. В.В.Виноградову належить визначення основних понять, обсягу завдань фразеології. Він запровадив термін „фразеологічна одиниця”, запропонував класифікацію фразеологізмів.

Ряд мовознавців, зокрема О.В.Кунін, М.М. Кониленко, З.О.Попова, В.Л.Архангельський, М.Ф.Алефіренко висловлюють думку, що фразеологія сформувалася як окрема мовна галузь [1, с.

24]. Однак інші автори не виділяють її як окремий підрозділ. Більшість англійських філологів не надавали особливого значення теоретичній систематизації фразеологізмів. Їх дослідження зводилися, в основному до складання словників та списку ідіом, однак без їх класифікації та аналізу. Значну увагу теоретичному аналізу фразеологічних одиниць надавали російські вчені Ф.Ф.Фортунатов, О.О.Шахматов, О.М. Пешковський, О.О.Потебня.

Фундаментальні дослідження англійської фразеології виконані О.В.Куніним. Як зазначає О.В.Кунін, фразеологізація – це утворення фразеологічних одиниць та стійких словосполучень нефразеологічного характеру в результаті поступового процесу придбання тими або іншими словосполученнями всіх елементів фразеологічної стійкості або всіх елементів стійкості нефразеологічного характеру.

Основними ознаками ФО, які наводять вчені є такі, але як зазначає М.Кочерган „ступінь фразеологічності може коливатися від однієї до всіх зазначених ознак”[4] :

1) Семантична цілісність або семантична неподільність. Стійкість В.Жуков визначає як „ ступінь, міру нерозкладності компонентів ФО або іншими словами – міру ідіоматичності .” Тобто, значення ФО здебільшого немає нічого спільного і не співвідноситься зі значенням тих слів, внаслідок переосмислення яких фразеологізм виник.

2) Метафоричність. Під якою розуміємо втрату семантики словами-компонентами.

3) Відтворюваність, що полягає у відтворенні ФО носіями мови, як стійкого готового виразу.

4) Наявність компонентного складу, причому цей компонент може мати втрачене лексичне значення або застарілу форму

5) Поділ ФО на граматичні категорії. Виділення цієї ознаки лінгвісти пояснюють тим, що фразеологічні значення дії, предметності, ознаки реалізуються відповідними семантико-граматичними розрядами ФО – дієслівних, іменних тощо.

6) Неперекладність.

7) Експресивність.

8) Невмотивованість значення.

Розглядаємо **типи фразеологічних одиниць** у сучасній англійській мові:

1) **фразеологічні зрощення** – це абсолютно неподільні, стійкі поєднання, загальне значення яких не залежить від значення складових

їх слів, наприклад: *to kick the bucket* (розм.) – *загнутиця, померти*; *to rain cats and dogs* – *лити як з відра (про дощ)*; *to be all thumbs* – *бути невмілим, незграбним*.

Фразеологічні зрощення з'явилися на базі переносних значень їх компонентів, які перестали бути зрозумілими в сучасній англійській мові. Образність фразеологічних зрощень розкривається лише історично.

Наприклад, вираз “*to be all thumbs*” є тотожним виразу “*one’s fingers are all thumbs*”, яке зазнало історичних змін. Фразеологізм “*Kilkenny cats*” очевидно, походить з легенди про запеклу боротьбу між містами *Kilkenny* і *Irishtown* в XVII столітті, що призвело до їх розорення. А відтак, для фразеологічних зрощень переносне значення стало основним.

Фразеологічні зрощення володіють рядом характерних ознак[6]:

а) вони можуть включати некротизми – слова, які ніде, окрім даного зрощення, не вживаються;

б) архаїзми також можуть входити до складу зрощень;

в) зрощення фразеологізмів синтаксично нероздільні;

г) в більшості випадків в них неможлива перестановка компонентів;

д) вони не мають у своєму складі додаткових слів.

2) **фразеологічні єдності** – це такі стійкі поєднання слів, в яких за наявності

загального переносного значення зберігаються ознаки семантичної нарізності компонентів.

3) **фразеологічні сполуки (поєднання)** – це стійкі звороти, до складу яких входять слова з вільним та фразеологічно пов'язаним значенням, як-от: *a bosom friend* – *нерозлучний друг*, *a pitched battle* – *запекла сутичка*, *Adam’s apple* – *Адамове яблуко*, *a Sisyphian labor* – *Сізіфова праця*, *rack one’s brains* – *сушити голову (поширено думати, загадувати)*, *to pay attention to smb.* – *звернути на кого-небудь увагу* і т.ін.

4) **фразеологічні вирази** – це звороти з буквального значенням компонентів. Вони включають англійські прислів'я і приказки, що вживаються в прямому значенні, не мають образного сенсу: *live and learn* – *століття живи, століття вчишя*; *better untaught than ill taught* – *краще бути неграмотним, ніж неправильно навченим*; *many men, many minds* – *скільки голів, стільки і розумів*; *easier said than done* – *легко сказати, ніж зробити*; *nothing is impossible to a willing heart* – *що хоче, той досягне*.

Однією з характерних особливостей фразеологічного звороту є постійність його складу. Враховуючи характер складу фразеологізмів виділяються дві групи фразеологічних зворотів: а) фразеологічні звороти, що утворюються зі слів вільного вживання, і належать до активної лексики мови (*to throw dust into smb. 's eyes*);

б) фразеологічні звороти з лексико-семантичними особливостями, тобто такі, в яких є слова зв'язаного вживання, слова застарілі або з діалектним значенням (*to send smb. To Coventry*).

Список використаних джерел:

1. Виноградов В. Об основных типах ФЕ в русском языке ./ Виноградов В. Избранные труды: Лексикология и лексикография.– М.: Наука, 1977. – С.140-161.
2. Потебня О. Символ и миф в народной культуре / Потебня О.. – М., 2000. – С.9–96.
3. Мельник Л. Культурно-національна конотація українських фразеологізмів / Мельник Л. – Автореферат дис...канд. філол. наук. – К., 2001. – 18 с.
4. Кочерган М. Загальне мовознавство: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти / Кочерган М. – К., 1999. – 288с.
5. Удовиченко Г. Словосполучення в сучасній українській літературній мові / Удовиченко Г. – К., 1968. – 227с.
6. Демський М. Суть фраземи і її ономазіологічні функції та особливості номінації / Демський М. // ЗНТШ. Праці філологічної секції. – т. ССХХІV. – С.240-265.
7. Медведєв Ф. Українська фразеологія. Чому ми так говоримо / Медведєв Ф. – Харків, 1977. – 272с.
8. Півторак Г. Сім барв веселки../ Півторак Г. Мовознавство.– 1969.– №4.– С.80-87.

Безик Г.І.,

викладач Коледжу мистецтв ім. А. Ерделі ЗХІ,
аспірант кафедри декоративно-прикладного мистецтва ЛНАМ

ОСОБЛИВІСТЬ ДЕКОРУ ТА ХУДОЖНІ ЕТНОМИСТЕЦЬКІ ТРАДИЦІЇ В ОЗДОБЛЕННІ НАРОДНОГО КОСТЮМУ ЗАКАРПАТТЯ МІЖВОЄННОГО ПЕРІОДУ ХХ СТ.

Аналізуючи особливості народного костюму українців Закарпаття, розкриваємо принципи синтезу вишивальних технік,

декору, варіативності оригінального оздоблення, декоративно-художніх прийомів у вишивці, крою одягу етнографічних груп: гуцулів, бойків, лемків, долинян та інших.

У вбранні етнографічних груп українців Закарпаття, знайшли своє призначення та показали майстерність найкращі майстри ткацтва, кушнірства, вишивання. Водночас, одяг цього краю яскраве собою самобутнє, неповторне явище який ввібрав в себе багатство культур багатьох народностей краю, являє собою чи не найбільшим надбань етномистецьких традицій, духовної та матеріальної культури.

Проблематика народного костюму в Закарпатті зокрема, і в Україні в цілому велике значення набуває питання збереження особливостей традиційної культури, структури, характеру будови одягу що не втратила своєї практичної цінності та має першоджерельні витоки. З погляду стратегічного бачення в Україні, в силу історичних подій, нині складається сприятлива ситуація для відродження інтересу до своєї історії, до свого рідного, до національної культури, мистецтва (орнаментики, колориту, оздоби) що яскраво може проявити себе у творчості сучасних українських дизайнерів одягу та і не тільки.

Варто зазначити що Закарпаття довгий період часу знаходилося під впливом інших держав, які наклали свій історичний та етномистецький відбиток на формування народного костюму краю [2 с.214-215]. Цей регіон наділений арсеналом технік, величезною кількістю асортименту вишуканих взірців вишивок, декорування, художнього та орнаментального високомистецького оздоблення що частково запозичувались від сусідів з якими межувала область. В залежності від конструктивної частини костюму та вишивки на одязі, сорочці можна розпізнати етнічну приналежність керуючись такими особливостями: крій, будова строю, оздоблення, композиція розміщення вишивки, домінуючі орнаментальні мотиви, техніка та колір.

Здавна основним матеріалом для виготовлення натільного, поясного одягу було домоткане льняне чи конопляне полотно та сукно. Майже у всіх етнографічних районів Закарпаття в основі традиційного жіночого строю другої половини ХІХ- першої половини ХХ ст. лежить довга тунікоподібного крою сорочка - «довганя» з домотканого вибіленого полотна. Основою традиційного жіночого строю українських румунів складала вже «волоська» сорочка а не «довганя», вона відрізняється тим що мала квадратний чи прямокутним виріз горловини «на коцку» з довгими рукавами які закінчуються манжетами «зап'ясниками» [7 с.94-114]. Науковці О.В. Полянська та В.В. Коцан вважали, що поширення «волоської» сорочки в українців є

результатом румунських культурних впливів, що характеризувала лише румун Закарпаття [3 с.190; 8 с.65-66; 5с .284]. Крій та орнаментальне оздоблення «волоської» сорочки сформувались на основі місцевих культурно-побутових взаємовпливів українсько-румунських традицій. [8 с.138-139].

Сорочці українсько-румунської контактної зони (Рахівського, Тячівського, Виноградівського району) характерно оздоблення горловини «на коцку» смугою рослинного чи стилізовано-рослинного характеру, використовувалась поліхромність в орнаментиці, «мережевні воланчики» на плечах.

Отже, через різні культурно-побутові контакти, взаємодії народів та народностей формують нескінченні варіації та модифікації узорів, композиційні прийоми в оздобленні костюму українців Закарпаття. Можна сказати що всі ці фактори мали прямий вплив на художньо-естетичну виразність кожного з елементів одягу етнографічних груп: гуцулів, бойків, лемків, долинян та інших.

Низка факторів привела до трансформації орнаментальних мотивів, матеріалів, стилістичних прийомів. Саме тому, утворювались нові композиції в декоративно-художньому оздобленні та різні варіації орнаментального декорування народного костюму Закарпаття міжвоєнного періоду.

Здавна сорочка займає провідне місце в конструкції строю та має свої локальні особливості які проявляються в техніці вишивання, символіці, колориті, тим самим підтверджує приналежність до тої чи іншої етнічної групи.

Гуцульська сорочка характеризується багатством вишивальних технік, вирізняється своєю поліхромністю, що нагадує гобелен. Гуцули упродовж століть зберігали традицію оздоблювати сорочку геометричним орнаментом де переважають композиційні узорі: горизонтально-стрічкові та вертикально-стрічкові, розеткові рапорти, дворядні та трирядні композиції на уставках [6 с.229-237].

Сорочку бойків впізнаємо по «рямах» так названа «рамована» сорочка, вишита синьо-червоною кольоровою гамою, оздоблювалась грудна частина сорочки на «морщені», домінантом композиційних мотивів є «кривуля» та її різновиди. Варіативність вишивки бойків Закарпаття міжвоєнного періоду ХХ ст. пов'язують з розповсюдженням рослинно-квіткових орнаментальних мотивів, застосовуються геометризovanі мотиви, а згодом реалістичні форми галузок квітів («ружі», «маки»). Лемківська сорочка Закарпаття, характеризуються поєднанням рослинних, геометричних і геометризovaných мотивів. Сорочка «опліча» з добре вибіленого

домотканого полотна, на грудях дрібно «морщена», вишивали букети квітів гладко червоними та синіми кольорами. Такі елементи в оздобленні жіночої сорочки зустрічаються в селах, що сусідять з бойками чи словаками. Населення лемків зазнало значних культурно-побутових впливів своїх сусідів, навіть відомий знавець традиційної культури лемків Красовський І. не вважав їх лемками, а мішаною групою з переважно бойківськими елементами в одязі та називав їх бойко-лемками [6 с.74-79, 394].

Як зазначав Ф. Манайло, який добре володів законами композиції, що закарпатська народна вишивка містить в собі понад сімдесят орнаментальних мотивів, що розкладається на складові, кожна частина з яких має свої народні назви: «смерічки», «кривулька», «павук», «ружа», «очка» або («вічки»), «кінське копито», «лялька» (подано «кукли»), «баби» [4 с.145].

Технічні прийоми, трансформація орнаменту, стилізація мотивів, композиція в оздобленні народного Закарпатського костюму несе з минулого в майбутнє, певне інформаційне послання, символіку прадавнього мистецтва, зв'язок духовної культури та світогляд наших предків.

Список використаних джерел:

1. Безик Г.І. Художньо-стилістичні особливості народного вбрання ужнянських долинян у міжвоєнний період. / Г.І.Безик. – Ужгород: Науковий вісник, 2013. – № 4. - С. 293-297.
2. Дашкевич Я. Р. Становлення української етнографії Закарпаття на початку ХІХ століття / Дашкевич Я. Р. // Культура та побут населення українських Карпат (матеріали республіканської наукової конференції, присвяченої 50-річчю утворення СРСР. Тези доповідей та повідомлень). – Ужгород, 1972. –286 с. – С. 214-215.
3. Коцан В.В. Іноетнічні запозичення та їх впливи на формування народного одягу долинян Мароморощини (кінець ХІХ-поч.ХХст.) / В.В. Коцан // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Історія. – Вип.20. – Ужгород: Говерла, 2008. –325 с. – С.188-198.
4. Манайло Ф.Ф. Изобразительное искусство на Подкарпатской Руси / Ф.Ф. Манайло // Подкарпатская Русь. 1919-1936. – Ужгород. – 1936. – 243 с. – С. 144-151.
5. Нариси історії Закарпаття: у 2т. Т.1. / відп. ред. І.М. Гранчак. – Ужгород, 1993. – 436с.
6. Пилип Р.І. Художня вишивка українців Закарпаття ХІХ – першої половини ХХ ст. (типологія за призначенням. Художніми та

локальними особливостями) // Р. І. Пилип // Наукове видання: друкарня «Повч Р.М», Ужгород, 2012. – с 74-303;

7. Пилип Р.І. Художньо-функціональні особливості одягової вишивки мармороських долинян ХІХ- першої половини ХХст. / Р.І. Пилип // Вісник Харківської академії дизайну і мистецтв. – Харків: ХДАДМ, 2008. – №15. – С. 65-68.

8. Полянская Е. В. О сходстве и взаимовлиянии в одежде различных этнографических групп Закарпатья / Е.В. Полянская // Карпатський збірник. – М. : Наука, 1976. – С. 65-68.

9. Стельмашук Г. Г. Народне вбрання / Стельмашук Г. Г. // Етногенез та етнічна історія населення український Карпат. – Т. І. Етнологія та мистецтвознавство. – Львів, 2006. – С. 317-365.

10. Полянская Е. В. Одежда. Украинские Карпаты. Культура / Стельмашук Г. Г. - К. : Наукова думка, 1988. – 241 с. – С. 94-109.

11. Шмелёва М.Н. Из истории национального костюма украинцев Закарпатской области / М.Н. Шмелёва // Советская этнография. – 1948. – №2. – С.130-146.

Більський І.Б.

доцент кафедри менеджменту організацій ім. проф. Є. Храпливого
Львівський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Економіка аграрного сектору останніми роками характеризується нестабільністю ділової активності товаровиробників, поглибленням економічних диспропорцій, наростанням боргової кризи. Причина такого стану полягає, насамперед, в аграрній політиці України через систему господарювання, заснованої на ринкових відносинах з ухилом на соціальне забезпечення, та підприємницькій діяльності виробничих структур, які виявилися недостатньо розвиненими.

Зважаючи на тенденцію аграрного розвитку, шлях її вирішення полягає у створенні нового для сільського господарства стратегічного напрямку розвитку – диверсифікації виробництва, яка не потребує значних державних запозичень, інвестиційного капіталу, власних коштів, але забезпечує певне отримання кінцевих результатів для приватного і державного сектору економіки.

Специфіка особливості сільського господарства в ринкових умовах полягає у створенні відповідних умов трансформації для формування системи соціально-економічних відносин, через реалізацію своєї багатофункціональної ролі, піднесення аграрної економіки та забезпечення працевлаштування.

Для визначення теоретичної сутності диверсифікації існують різні підходи. Походження від латинських слів (*diyensus* - різний та *facere*- робити)- різнобічний розвиток, ще не розкриває економічного змісту відповідного поняття, який полягає в тому, що нові галузі й сфери виробничої діяльності створюють для можливості, розширення асортименту продукції та для стабілізації зайнятості населення.

У літературі розрізняють «поняття диверсифікація продукції» з двох позицій: 1) створення кількох різних виробничих напрямів у межах одного підприємства; 2) розширення сфери діяльності підприємства на ринках нових товарів, які перебувають поза межами основної галузі та не пов'язані з його основним виробництвом [1, с. 54].

Більшість учених позитивно оцінюють пропозиції Європейської Комісії щодо політики розвитку сільських територій, одними з напрямів якої є поліпшення якості життя у сільських регіонах і сприяння диверсифікації господарської діяльності. Зокрема, вчені-економісти М. Петрик та П. Вайнегер розглядають функції сільського господарства, що виходять за межі виробництва продуктів харчування, можливі перспективи для розвитку туризму в сільській місцевості й виробництва біомаси для вироблення біоенергії, що є важливими напрямками структурних перетворень і диверсифікації у сільській місцевості [2, с.49].

Диверсифікація виробництва в сільському господарстві, на відміну від інших галузей економіки, має свої особливості, зумовлені специфікою аграрного виробництва. На нашу думку, ці особливості можна назвати об'єктивними передумовами до застосування диверсифікації [3, с.144].

Диверсифікація продиктована насамперед різноманітністю ґрунтів у кожному, навіть невеликому, господарстві. Властивості конкретного ґрунту сприятливі для одних культур і зовсім несприятливі для інших, що є об'єктивною основою для вирощування різних сільськогосподарських культур, у тому числі кормових, отже, й для розвитку галузі тваринництва [4, с.164].

Можна видокремити два види виробничої диверсифікації: галузеву та номенклатури й окремо асортименту продукції. Галузева диверсифікація – це збільшення сукупності функціонуючих на

підприємстві галузей. Вона присутня тоді, коли підприємство починає розвивати нові для себе виробництва, які різняться від виробництва інших галузей кінцевим продуктом, застосовуваними засобами виробництва, його технологією й організацією.

Наприклад, на підприємстві раніше не займалися вівчарством або птахівництвом, але завдяки поліпшенню кон'юнктури ринку і зростанню цін на вовну та пух тут почали розвивати ці галузі з метою одержання додаткового доходу. В аграрних підприємствах ці галузі належать до основного виробництва. Тому виправдано горизонтальну диверсифікацію розглядати як диверсифікацію цього виробництва [3, с. 145].

Диверсифікація номенклатури та асортименту продукції (реальна диверсифікація) полягає у виробництві значної кількості модифікацій однієї й тієї самої продукції [4, с.165]. Така диверсифікація продукції призводить до її подорожчання, але водночас вона відповідає інтересам певних споживачів.

Здатність сільськогосподарських підприємств до диверсифікації залежить від сукупності факторів внутрішнього й зовнішнього чинників, пов'язаних із використанням людського та фізичного потенціалів. Серед факторів, які позитивно впливають на диверсифікацію сільськогосподарських підприємств й економічну діяльність у сільській місцевості, є також фактори ризику, тобто стримування цього процесу (див. рис 1.).

Серед чинників внутрішнього впливу заслуговують на увагу рівень освіти, трудові та професійні навички, знання сільського населення, що надають ширші можливості диверсифікації. Досвід сусідніх країн Польщі, Угорщини, Чехії й Словаччини, узагальнений на основі соціологічних досліджень, довів, що тільки за наявності людського капіталу нефермерський бізнес може активно розвиватися [5, с. 27].

Водночас не можна розглядати чинники внутрішнього впливу без їх логічного зв'язку із зовнішніми. Проблемаю для України за визначення політики диверсифікації є низький рівень економічного розвитку сільських регіонів, який істотно впливає на формування регіонального ринку праці та життєздатність місцевих несільськогосподарських підприємств, зумовлюючи високий рівень безробіття на сільських територіях. Тому необхідне здійснення заходів щодо стимулювання зростання економіки, спрямованих на створення сільських, різноманітних за виробництвом продукції підприємств, а це надзвичайно важливий крок підвищення рівня життя сільського населення [5, с. 30].



Рис 1. Можливості й загрози процесів диверсифікації аграрної економіки

Треба відзначити досить інтенсивну дію ще двох груп чинників диверсифікації: стримування та стимулювання. Під їхнім впливом мають вирішуватися проблеми формування ефективної нормативно-

правової бази, нагромадження організаційного й підприємницького досвіду, розвитку консультативного обслуговування сільського населення, зайнятого несільськогосподарською діяльністю.

Аналізуючи чинники впливу, вважаємо, що розробку стратегії диверсифікації сільської економіки необхідно сфокусувати щонайменше на одній із таких вимог:

- підвищення конкурентоспроможності та конкурентоздатності продукції й послуг сільських територій;
- розширення виробництва для задоволення потреб споживача;
- поліпшення якості життя у сільській місцевості;
- спрощення бюрократичної тяганини до доступу на ринки за рахунок колективних заходів;
- підвищення споживчої вартості та цінності місцевої продукції;
- доступність інвестицій і кредитів.

Проведені наукові дослідження дають підстави зробити узагальнені висновки і внести пропозиції виробництву.

1. Диверсифікація виробництва – об’єктивний економічний процес, закономірність, зумовлена ринком, конкуренцією з метою послаблення залежності від результатів сільськогосподарської діяльності. Вона покликана за рахунок розширення асортименту товарів, урізноманітнення інвестицій, ринків робити рентабельність господарства стійкішою, знижувати ризики господарської діяльності.

2. Найбільшого поширення в сільському господарстві набула диверсифікація виробництва та номенклатури й асортименту продукції, яка спонукає до використання незадіяних ресурсів господарств для розвитку інших видів діяльності захисту від впливу зниження попиту на певний товар. Це організація рослинництва, тваринництва і підсобного виробництва у господарстві з різноманітними видами продукції та послуг для споживача.

3. Диверсифікація як стимул до підвищення життєвого рівня сукупного сімейного доходу сільськогосподарських товаровиробників. Потреба сілгоспвиробників (фермерів) в одержанні додаткового доходу з метою поліпшення матеріального стану і піднесення їхнього достатку вимагає здійснити зміни в економічному середовищі (зокрема прогресу земельних реформ).

Отже, диверсифікація сільськогосподарського виробництва продиктована об’єктивними причинами природного й економічного порядку. Вона позитивно діє на економічну, соціальну й екологічну ефективність аграрних формувань. Своєю чергою, необхідно розробити та прийняти в кожному регіоні відповідну стратегію на наступні 10-15 років, узгодивши інноваційні проекти та цільові

програми, що дасть змогу відродити українське село та забезпечити розширене відтворення сільськогосподарського виробництва.

Через реалізацію проектів диверсифікації виробництва покращується використання землі, засобів виробництва і трудових ресурсів, завойовуються додаткові ніші ринків, стабілізується фінансовий стан сільгоспвиробників, повніше задовольняється попит на продукцію, роботи та послуги населенню.

Виходячи з цього, диверсифікація виробництва дає змогу створити систему ефективно працюючих підприємств, здатних адаптуватися до змін зовнішнього середовища, з особливим типом господарювання, який би стимулював пошук нових виробництв і ринків збуту.

Список використаних джерел:

1. Мочерний С. В. Диверсифікація // Економічна енциклопедія : у 3-х т. ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. К : Академія, 2000. - Т. 1. С. 344.

2. Петрик М. Роль сільського хазяйства в розвитку сільської местности в странах Центральной и Восточной Европы: движущая сила преобразований или социальный буфер. [Электронный ресурс] / М. Петрик, П. Вайнгартен : ІАМО, 2005. С. 49-55. Режим доступу: **@іато.

3. Зоренко О. В. Диверсифікація аграрних підприємств: сутність, напрями та види / О. В. Зоренко // Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. – 2005. – № 1. – С. 144–147.

4. Кузик І. А. Економічна природа, форми і види диверсифікації в ринковій економіці / І. А. Кузик // Економіка та управління АПК : зб. наук. пр. – Біла Церква, 2009 – Вип. 1 (66). – С. 164–173.

5. Зінчук Т. О. Теоретично-методологічні засади диверсифікації сільської економіки в контексті європейського досвіду / Зінчук Т. О. // Економіка АПК – 2011 - № 1 С. 27-33.

Sergey Chirun, Ph.D, associate professor.
Kemerovo State University, Department of Political Science

NETWORK STRUCTURES AND INFORMAL COMMUNICATION SYSTEM PUBLIC ADMINISTRATION

In a global context processes of adoption of administrative decisions are directly connected with mechanisms of incorporation of social networks,

various on the contents, in system of public administration which has a difficult organizational and communicative configuration.

In organizational aspect the system of public administration is connected with existence of two rather autonomous subsystems of the power (an imperious and political subsystem) in the functional plan and management (an administrative and managerial subsystem) in public administration which have two differentiating criteria: vertical (national, regional and local) and horizontal (industry specification of segments of administrative sector). Imperious and political the subsystem promotes combination of the dominating values and is more whole than society and ruling regime with the solution of specific administrative objectives. Realization of these tasks provides integrity of the state and stability of a socio-political order.

The structure of an imperious and political subsystem of public administration is made by the institutes of political representation, political elite and the political management positioning the major priorities and the directions in development of the state. At the political level adoption of the state decisions depends on character of the mode of board and ways of the organization of the power.

The administrative and managerial subsystem of public administration provides preservation and development of structure of the public (municipal) administration and maintenance of contacts the iyerarkhiizirovannykh of the government (municipal) institutions with citizens as consumers the rendered state (municipal bodies) of services. Under these conditions the imperious and political and administrative and managerial subsystem of public administration has institutional segments which are directly connected with civil sector which complicates their interaction.

In an imperious and political subsystem influence of civil society is connected with abilities of the dominating social communities (which support or oppose the political management) to influence character of ruling regime and development of a political policy; the administrative and managerial subsystem assumes an inclusiveness of the differentiated groups and associations of citizens in development of various resources (the public benefits).

Functioning of system of public administration is provided with communicative communications which have certain specifics.

Their essence consists in formation of a network of the relations of personal dependence in which there is an exchange of the benefits in unequal conditions; as the key network individual actor the boss possessing

the considerable volume of resources in which other actors – clients are interested acts.

The political clientelism became a backbone factor in implementation of the imperious and political mechanism in modern Russia [2]. The Patronclientelism relations, penetrating structures of public administration, form not - formal and shadow ways of regulation and distribution of resources [3].

This mechanism carries out the main role in reproduction of the Russian political and administrative elite both at the level of regions and municipalities, and at the level of the state in general as it promotes formation in system of public administration clientelism (national, regional local) and clientelization of segments and agents of public administration. Thus political clientela are understood as a specific form of hierarchy of a social network within which positions of exclusive actors (cartridges) are within official power institutes, and their heads (leaders) monopolize access to political and administrative resources.

This mechanism carries out the main role in reproduction of the Russian political and administrative elite both at the level of regions and municipalities, and at the level of the state in general as it promotes formation in system of public administration clientel (national, regional local) and clientelization of segments and agents of public administration. Thus political clientela are understood as a specific form of hierarchy of a social network within which positions of exclusive actors (cartridges) are within official power institutes, and their heads (leaders) monopolize access to political and administrative resources.

Other actors (agents and contractors) of public administration who are compelled to enter with the exclusive actors taking imperious and administrative positions of various level an unequal exchange with the purpose to achieve influence on the decisions made by the power and the accounting of own interests in the formed political policy get positions of dependent actors (clients). Clientel network interaction of the various in the Russian policy perhaps within the stable models of a political clientela described by S. V. Biryukov [2].

Monocentric political clientela for functional model of the institutional organization of the power and management at the federal level which promotes folding of patrimonial lines of a political regime, characteristic for transit countries of postcommunist systems. Political scientists describe the typical patrimonial system reflecting the political regime which developed in Russia as system in which «the person heading the state estimates the state functions, opportunities and resources,

proceeding from personal benefit, and also their use by relatives and close to friends» [6].

The model of a Monocentric political clientela assumes the exclusive volume of administrative resources that allows it to keep the dominating position within various networks of influence at the boss and to provide round itself consolidation of federal and regional elite, i.e. the monocentric political clientela doesn't submit to an order formal institutional imperiously, and is the functional mechanism of dominion to which the organizational system of public administration is subordinated. In the Russian regions there are both monotsentrichny, and polycentric models political clientet [4].

The polycentric model is characteristic for the Russian regions where there is a little equal on the political capital a boss-clientarnykh of the communities (founded on political and ideological, social and economic, the mestnicheskikh and to that the similar principles) which need the boss arbitrator. Integration of networks of regional kliyen-bodies into a federal monotsentrichny political clientela promotes preservation of informal political interactions and efficiency of settlement of the internal conflicts between various segments of public administration through system of informal agreements and network contracts [3].

Reproduction of a political clientela in system of public administration is connected with such latent mechanism of incorporation of social networks as recruiting of political elite on the basis of the closed network communities. It consists in representation of interests of various individual actors the premodernovykh of social networks (compatriot, ethnic, the mestnicheskikh, family etc.) in system of state bodies by finding of the administrative capital by them.

For example, the meganetwork getting into all segments of public administration is the network structure of security officers consisting of various compact network communities in a certain functional environment with interpersonal communications which are united by mental and genetic proximity and ability if necessary to restore and use "KGB" communications which don't work in the daily mode.

Social networks get absolutely other geometrical configuration: the horizontal network interactions based on trust can be transformed to a form cartridge-clientarnye where the trust is built on the basis of already hierarchical principles «authority submission» [5]. Thus ritual carries out some functions: a ban on fight between members of group; deduction of members of groups in the closed community; discharge of this community from other similar groups.

The situation in a cross-regional piece can be described as follows: the network bases of formation of the closed communities in regional political elite, but not the network principle of political recruiting change. It defines not only specifics of acceptance and implementation of political decisions on specific socially significant problems, but also character of the political management and the political mode in general.

The closed network communities incorporated in system of public administration, significantly transform the institutional environment by establishment of special informal rules of games which are defined by authorities for providing to clientary social networks of access to distribution of resources and influence on the state decisions. Emergence of data the practician can be considered in the context of prevalence in a number of transit societies of processes «deforma-lization of rules» which are considered as transformation of institutes where formal rules are considerably replaced informal and are built in the informal network relations.

The movement to interactive modernization of system of public administration in the national states is connected with the administrative transformations based on the principles of the concept of the board / management (governance). It reflects in the state practice of a tendency of expansion of a circle of the subjects involved in process of development and realization of a state policy in various areas, weakening of traditional bureaucratic mechanisms, increase of efficiency of activity of the state by overcoming of its main defects.

Inclusion of governance in online space of the state policy found the reflection in the concept of electronic board, as post-modernist technology of public administration. The concept of electronic board is capable to integrate and develop mechanisms of the electronic government, electronic democracy and the open government.

Bibliography:

1. Бирюков, С.В. Всепроникающая клиента / С.В. Бирюков // Свободная мысль. – 2012. – № 7.
2. Бирюков, С.В. Постмодернистская революция как глобальный вызов новой эпохи / С.В. Бирюков // Философия хозяйства. 2008. №3 (57). С. 111-115.
3. Бирюков, С.В. Российские «левые» и вызовы современной политики / С.В. Бирюков // Этносоциум и межнациональная культура. 2014. № 6(72).

4. Бирюков, С.В. Политэкономия ренты: как вылечить Россию от «сырьевой зависимости»? / С.В. Бирюков // Политические институты и процессы. 2014. №1.

5. Бирюков, С.В. Информационная революция, политические резонансы и проблемы управления публичной сферой / С.В. Бирюков // Этносоциум и межнациональная культура. 2014. № 12 (78).

6. Ирхин, Ю.В. «Электронное правительство» как интерактивная коммуникация между органами власти и гражданами / Ю.В. Ирхин // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. – 2009. – № 6.

7. Сморгун, Л.В. В поисках управляемости: концепции и трансформации государственного управления в XXI веке / Л.В. Сморгун. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2012.

Матійчук О.І. к.е.н.,
науковий співробітник сектору просторового розвитку ДУ
«Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН
України»

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АПК ЯК ПЕРЕДУМОВА ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Проблема розвитку сільських територій досліджується багатьма вченими, оскільки це один із основних пріоритетів економічної політики нашої держави. Значимість цих територій посилюється їх винятковим внеском у забезпечення продовольчої безпеки та нарощування експортного потенціалу країни. Існує велика кількість державних програм розвитку, законів, що регулюють розвиток сільських територій, однак за весь час незалежності України суттєвих змін так і не відбулося. Більшість державних і регіональних програм, пов'язаних із розвитком сільських територій, мають переважно декларативний характер або не забезпечуються необхідними фінансовими ресурсами, що ускладнює, а подекуди і цілком унеможливує їхнє виконання.

Потенціал виробництва сільськогосподарської продукції, а також здійснення інших видів економічної діяльності на селі є дуже великим. Наявність родючих ґрунтів, сприятливих природно-кліматичних умов, унікальних традицій, культури повинно

забезпечувати процвітання села, однак на практиці ситуація виглядає не такою перспективною.

Міграція, безробіття, демографічна криза, низький рівень доходів та інвестицій, неефективне виробництво, майже відсутній рівень розвитку інфраструктури – це ключові проблеми, які стосуються сільських територій.

Все це зумовлює необхідність пошуку різноманітних підходів і способів для підвищення ефективності функціонування аграрного сектору на основі забезпечення сталого розвитку сільських територій.

Сільське господарство, що є майже безальтернативним видом економічної діяльності на сільських територіях, є недостатньо ефективним і не забезпечує доходів на рівні, необхідному для активного розвитку сільськогосподарських підприємств і населення, зайнятого у його виробництві.

У сільській місцевості у 2014 році проживало 14164,9 тис осіб, що становить 31,3 % населення України. У сільському господарстві зайнято 3091,4 тис. осіб, що становить 17,1% зайнятого населення України, проте середньомісячна заробітна плата в сільському господарстві залишається низькою і становила у 2014 році 2476 грн., що лише 71,2 % середньої по Україні.

Діяльність аграрних підприємств є важливим ресурсом забезпечення не лише доходів сільських домогосподарств, але і розвитку соціальної інфраструктури.

Основною метою економічної діяльності суспільства є забезпечення життя – людини, населеного пункту, регіону, країни, світу. Отже при найвищих показниках прибутковості, якщо економічна діяльність спричиняє негативний вплив на життя і здоров'я людини зокрема і світу загалом, вона є небажаною, навіть шкідливою, оскільки не виконує своїх функцій.

Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні є тою невидимою рукою, що може зрівноважити соціальну напруженість у суспільстві і сприятиме ефективній взаємодії людини, бізнесу і навколишнього середовища.

Концепція соціальної відповідальності стала дуже популярною за останні десятиліття і привертає все частіше увагу як науковців так і менеджерів компаній. Різними є і підходи до визначення корпоративної соціальної відповідальності як етичної поведінки, інструменту гармонійного розвитку, філантропії, охорони навколишнього середовища. Важливо зазначити, що дотримання правових норм з цих питань є обов'язковою, але не достатньою умовою визнання підприємства соціально відповідальним.

Вектор суспільної думки відносно достеменної ролі КСВ часто змінює напрям і нерідко – в небажаний бік. Навіть найпотужніші компанії, що витрачають величезні фінансові кошти на соціальні цілі, не змогли (у більшості випадків) переконати соціум у щирості своїх задумів. Матеріали численних досліджень – як вітчизняних, так і зарубіжних – засвідчують, що чимало представників соціуму вважають, що КСВ у нинішньому її форматі – це піар; спосіб уникнути регулювання з боку державних і міжнародних органів, а також інститутів соціального партнерства; елемент лукавої маркетингової політики. Чимало суб'єктів громадянського суспільства (навіть тих, які вірять у потенціальні можливості КСВ) наголошують на тому, що за домінуючих реалій сьогодення КСВ – це намагання завуалювати справжні цілі та водночас спроба надати корпораціям “людського обличчя”, уникнути звинувачень у неетичній поведінці; підступний спосіб посилення влади корпорацій; одна з технологій світового домінування, за якої глобальний бізнес залишається все тим самим бізнесом – економоцентричним, асоціальним.[1; С.76]

Слід зазначити, що окремі агрохолдинги несуть витрати, пов'язані з підтримкою соціальної інфраструктури села. Однак у зв'язку з тим, що агрохолдинги зареєстровані у містах, вони рідко сплачують податки до місцевих бюджетів. Тому необхідно запровадити механізм, який би забезпечував сплату податків підприємствами і організаціями, що ведуть агробізнес не за місцем реєстрації їх головної компанії, а за місцем діяльності їх аграрних підрозділів, тобто на території тієї територіально-адміністративної одиниці, де знаходиться орендована земельна ділянка. Це дозволить сільським радам акумулювати кошти місцевих бюджетів для розвитку соціальної інфраструктури села.

Альтернативним варіантом врегулювання цього питання є покладення зобов'язань на агрохолдинги забезпечити розвиток інфраструктури сільських територій за рахунок власних коштів, при цьому створивши податкові пільги. Така практика не є новою, адже за часів існування колективних сільськогосподарських підприємств ними виділялись кошти на утримання дитячих садків, будинків культури, шкіл, місцевих доріг для територій, де вони здійснювали свою діяльність, а також навчання студентів, адже, по суті, це інвестиції у власний розвиток компанії.

Щодо методики обчислення показників корпоративної соціальної відповідальності видається не зовсім логічним порівняння лише видатків на заходи КСВ. Важливо було б порівнювати також суму сплачених податків (як внесок на соціальні видатки, що

здійснюються державою); відкритість і правдивість наданої інформації про себе і свою продукцію; наявність у продукції складників, вплив яких на здоров'я людини є негативним або сумнівним (ГМО; спричиняють ожиріння; інші хвороби тощо); використання шкідливих технологій; кількість викидів в атмосферу; використання водних ресурсів; забруднення ґрунтів; рівень оплати праці працівників; недотримання виконання зобов'язань тощо.

Формування соціально орієнтованого бізнес-середовища в довгостроковій перспективі може створити вагомий економічний та соціальний ефект як окремому суб'єкту бізнесу, так і економіці країни загалом. Наприклад, за результатами обстеження 500 найбільших американських корпорацій було встановлено, що додана вартість у компаній, які привселюдно прийняли зобов'язання етичного характеру, була удвічі вищою, ніж в інших. Згідно з даними обстеження найбільших компаній Групою індексу стійкості Доу-Джонса, ті з них, які у своїй діяльності були орієнтовані на соціальні, екологічні й етичні пріоритети, мали кращі економічні показники, ніж інші [2; С.332]

Водночас, на наш погляд, корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в окремих країнах чітко віддзеркалює рівень розвитку громадянського суспільства, а її забезпечення на належному рівні - відповідальність держави перед своїми громадянами. Важливо, щоб рівень КСВ відповідав очікуванням, уставленим моральним нормам суспільства та вимогам часу, які, як правило, випереджають законодавчі ініціативи.

Список використаних джерел:

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння / А.М. Колот //“Економіка України”. – 2014. – 3 (628) С. 70-81
2. Мельник М. І. Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій : монографія / Мар'яна Іванівна Мельник. – Львів : ІРД НАН України, 2012. – 568 с.

Харченко Л.В.

д.політ.н., ст.викл. кафедри історії і політології
Національного університету біоресурсів і природокористування
України

ПРИКЛАДНИЙ ХАРАКТЕР СУЧАСНОЇ МІФОТВОРЧОСТІ В КОНТЕКСТІ ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

В основі кожного сучасного міфу полягає певна ідея. Сьогодні особливо очевидна єдність міфу і ідеології. Творення сучасного міфу потребують ті, хто бореться за політичну владу. Сучасна міфотворчість стоїть на варті у державних ідеологій (особливо політичних). Міф застосовується як плацдарм для накладання ідей, які підпадають під характерні ознаки даного соціуму. Але якщо на міфологічний архетип накладається бажана на даний момент, але невідповідна для даного простору і часу ідея - ідеологія виявляється неспроможною функціонувати, або стає утопічною.

Питання утопічних ідеологій йдуть поряд з проблемами сучасної міфотворчості. Розвиток утопічних ідей у більшості випадків супроводжують становлення тоталітарних систем. Там де є тоталітарна ідеологія - шукай тоталітарну міфологію. Однак, після розпаду першої, зсуви в масовій свідомості автоматично не відбуваються. В майбутньому знадобляться неабиякі зусилля для формування глибокої української національної ідеї, яка об'єктивно буде відображати потреби розвитку української державності.

Ми живемо в символічному світі, де кожна реальна фізична дія може мати символічний зміст. Динаміка політичного життя України зумовлює питання про механізм реалізації політичної влади, важливим елементом якого виступає політична символіка.

Українська ідея виростає з символів, живе їх змістом. В свою чергу й самі символи пояснюють приховану суть ідеї. "Святість" української душі, її "апокаліптичність" визначають одні напрямки пошуку, "жіночість", "емоційність" - інші. Символ волелюбності, а також мотив рівності, що пронизують українську психіку, не в останню чергу пояснюється "матріархальним" аспектом структури українського родинного життя. В українській сім'ї після смерті батька сини отримують спадок, бо тут ніколи не було звичаю (або ж права) передавати всю землю як неподільну спадщину старшому синові. Сини (і навіть дочки), рівні між собою, зазвичай отримують однакові частки. Ідея рівності, здавалося б, найшляхетніша ідея, породжена людством, піднімаючись у темряві несвідомого, вона гасила часом світильник розуму своїх носіїв. Опановуючи психіку, ця ідея негативно впливала інколи й на історичну долю України, спричиняючи анархічні настрої, невміння встановити свою владу й утримати її.

Усі ці якості і багато інших гостро актуалізуються за допомогою як символів - абстрактного явища актуалізації, так і ритуалів, як практичного засобу сучасної міфотворчості.

Завдяки ЗМІ, світ виглядає сумішшю певних символів, за допомогою яких сприймається соціальна і політична реальність.

Політичне життя усвідомлюється через призму стереотипів: один політик добрий, інший - навпаки. Одним із засобів такого впливу на масову свідомість поряд із символами є втілення ритуалів у суспільно-політичне життя.

Спеціалізація сучасного ритуалу накладає специфічний відбиток на структурно-функціональні й соціально-психологічні особливості його функціонування в соціальній сфері. Ритуал є частиною культури, виступаючи фактором її розвитку або занепаду. За допомогою ритуалів будуються соціальні і політичні міфи, фабрикуються "сакральні моделі" поведінки вождів, героїв, натовпу, здійснюється суспільно-політична інтеграція суспільства, нав'язуються норми і правила поведінки.

Соціальний ритуал є невід'ємним засобом сучасного міфотворчого процесу і, в свою чергу, залишається результатом особливої діяльності зі створення і поширення соціальних міфів, ідеологем та інших уявлень про особу або певну ситуацію, які здатні чинити потужний вплив на об'єкт соціального чи політичного керування. Сучасна міфотворчість створює ілюзії соціальних подій і процесів. У політиці, наприклад, міф є зручним, оскільки виводить свої докази з етики. Політична міфотворчість трансформує абстрактні соціально-політичні ідеали в конкретні образи, які здатні впливати на суб'єкт. Ритуал є одним з механізмів впровадження у масову свідомість сучасних міфів. Влада обов'язково формує міфоритуальний план, в якому реалізуються її міфологічні ототожнення. Визначений ритуал може робити такі ототожнення як позитивними, так і негативними. Так Богдан Хмельницький - герой і визвольник українських земель для одних і "запроданець" та зрадник для інших.

У порівнянні з соціальною функцією, яку виконує ритуал у житті суспільства, політичні ритуали володіють низкою особливостей. Насамперед це стосується соціальної інтеграції. Політичний ритуал виступає як гнучка система, оскільки в процесі ритуального досягнення цілей інтеграції неодноразово змінюються ритуальні правила. Більш того, політичний ритуал може бути спрямований на дезінтегрованість, злам соціальної стратифікації, зміну системи керування суспільством, створення конфліктів і конфліктогенних зон у суспільстві. Особливо яскраво це виявляється в масових політичних ритуалах.

Спеціалісти в галузі політичних ритуалів поділяють їх на ритуали боротьби за владу і ритуали утримання влади. До ритуалів боротьби за владу належать страйки, голодування, заколоти, революції. Вони виконують функції політичної соціалізації і

комунікації, руйнації норм старої політичної поведінки і вироблення нових норм. Ритуали утримання влади виконують завдання закріплення існуючого порядку, підтвердження незмінності системи, економічних, ідеологічних, соціальних і культурних підвалин суспільства і політичного режиму.

Природа ритуалу архаїчна, вона виражається в повторюваності універсальних сюжетів, сценаріїв, моделей соціальної і політичної поведінки. Політичний ритуал є циклічним і розвивається відповідно до етапів становлення соціальної групи, спільноти, містить у собі універсальні й необхідні для даної стадії групового розвитку схеми і моделі поведінки.

Таким чином, ритуал, будучи одним з механізмів впровадження у масову свідомість сучасних міфів, функціонує за принципом здійснення практичних завдань в підтримку символізації міфу. При цьому в колективній свідомості виникає фактор реальної дії замість абстрактної ідеї.

Ритуал, що виконується в межах заданої програми, відновлюючи реальність, виражену за допомогою символів, націлений на стимулювання певних дій і формування певної свідомості в соціальній групі, яка є об'єктом цієї програми.

Стрімкий розвиток міфотворчості, обумовлений у першу чергу поступом засобів масової інформації, зруйнував ту межу, яка допомагала певною мірою утримувати процеси використання традиційних архетипів. В результаті міфотворчість отримала глобальний статус.

Ми живемо на рівні певної правової й ідеологічної невпевненості. З цього боку оцінки ситуацій і подій набувають суперечливого характеру. Усе, що наша держава пережила за останні двадцять п'ять років: отримання незалежності в 91-ому році, конфліктні ситуації в міждержавних стосунках, міжконфесійні непорозуміння в межах певних регіонів, економічні реформи, анексія територій і нарешті війна - усе це ми мали змогу не тільки спостерігати збоку, але й приймати в усьому безпосередню участь. На власні очі ми мали змогу переконатися в тому, що неодноразово цілковито абсурдні пропозиції пропонувалися як очевидні, що усе частіше злочинці залишаються безкарними (особливо політичні), що усе менше залишається достовірного і надійного, того, що не було б піддано висміюванню і викриванню. В цьому розумінні наша сучасність стала простором тотального засилля міфу.

Становлення української державності є особливо важким на фронті боротьби за українську національну самосвідомість, за

формування нової демократичної ідеології, за душу українця. Разом з усіма, хто прагне отримати чітку, глибоку і патріотичну національну ідею, потрібно наблизитися до усвідомлення істинної значимості міфу в історичному процесі, використовуючи лише його позитивні моменти.

Чех М. М., к.е.н.,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Львівської комерційної академії

Польовська В.Т., к.е.н.,

викладач кафедри економіки і спортивного менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури

ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ: ДОЦІЛЬНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Поточна макроекономічна ситуація в країні, військові дії на сході України та нечіткість й непродуманість дій влади щодо реалізації економічних реформ наносять непоправної шкоди промисловості. Найбільшою загрозою для нашої держави є деіндустріалізація, підсумком якої може стати повне руйнування вітчизняної промисловості, падіння економіки до рівня сировинної, що неминуче потягне за собою зубожіння населення та країни в цілому.

Реальні перспективи вітчизняної економіки значною мірою пов'язані з розвитком внутрішнього ринку, що може бути реалізовано за рахунок посилення орієнтації вітчизняних підприємств на задоволення потреб внутрішнього ринку та розвитку виробництва імпортозаміщуючих товарів.

Дослідження окремих аспектів імпортозаміщення в Україні відображені у працях Т. Васильціва [2], С. Давиденка, Я. Жаліла та В.Гацька, Д. Лагутіна, Мазаракі [3], Т. Остапенко [4], К. Пазізіної [5], Т. Панфілової, І. Сторонянської [7], О. В. Точиліна, В. Шевчука. Серед зарубіжних науковців дослідження політики заміщення імпорту пов'язують із працями Г. Бартона, Д. Вестерна, Д. Дарджіна, Л. Кляйна, Р. Пребіша, Г. Сінгер, Ц. Фурдато та ін.

Криза системи державного управління та тенденції в промисловості до деіндустріалізації економіки завдають нищівного удару по українському науковому та промисловому потенціалу (за I квартал 2015 року промислове виробництво скоротилося на 21,7% порівняно із відповідним періодом 2014 р., спад спостерігається у всіх ключових виробництвах: виробництво коксу та нафтопереробна

промисловість – 55,4%; машинобудування – 26,7%; металургійне виробництво – 23,1%; хімічна – 22,9%, виробництво автотранспортних засобів скоротилося на 93,5% порівняно із аналогічним періодом 2014 р.) [1]. Крім того, частка товарів, виготовлених не на території України, у загальному роздрібному товарообороті збільшилася до 40 %, а непродовольчих товарів – до 55 %. За багатьма товарними групами сільськогосподарської та промислової продукції, виробництво яких було традиційно конкурентоспроможне для України, частка вітчизняних товарів зменшилася до 10 – 15 %. Загалом, темпи зростання імпорту значно перевищують темпи зростання ВВП та промислового виробництва.

Такі негативні тенденції призвели до зменшення обсягів вітчизняного виробництва та ВВП, витіснення вітчизняного виробника з внутрішнього ринку, зниження рівня зайнятості та зменшення податкових надходжень до державного і місцевого бюджетів. Ситуація ускладнюється погіршенням інвестиційного та інноваційного середовища, структурних характеристик капіталізації національного господарства, зростання боргових зобов'язань наших товаровиробників та економіки загалом [2, с.41].

Виклад абсолютних та відносних показників зовнішньої торгівлі країни в останні роки свідчить про дуже високий рівень як імпортової так і експортної залежності економіки України). Відповідно до методології Національного інституту проблем міжнародної безпеки залежність країни від експорту/імпорту оцінюється на основі відношення даного показника до ВВП; критичним вважається перевищення даного показника понад 50% від рівня ВВП. На рисунку 1 представлено динаміку експортних та імпорتنних квот, а також коефіцієнт покриття імпорту за період 2005-2015 рр. (для розрахунку коефіцієнта у 2015 році використано дані за перше півріччя).

Аналізований період характеризується волатильністю показників експортної та імпортової частки у ВВП України. Частка експорту у ВВП коливається на рівні 40-50%, а у 2005, 2010-2012 рр. перевищила своє критичне значення. Дослідження показника відношення обсягів імпорту до ВВП вказує на вищий рівень критичності та волатильності даного показника (40-60% за аналізований період).

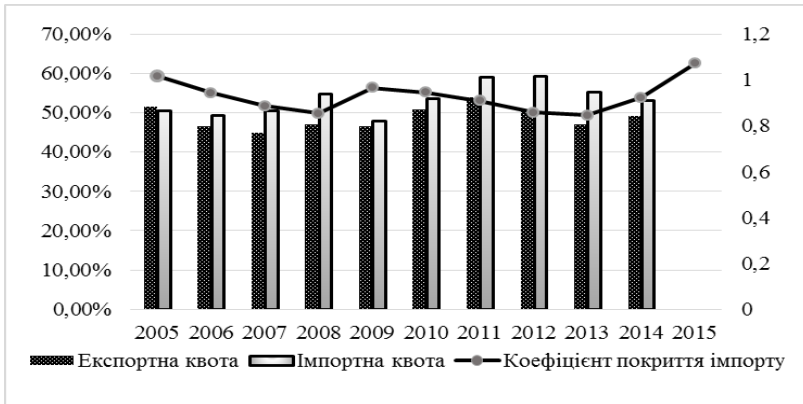


Рис. 1 Динаміка частки експорту та імпорту у ВВП (%) та коефіцієнт покриття імпорту експортом в Україні у 2005-2015 рр.
Розраховано за [6].

Загалом, коефіцієнт покриття імпорту за період 2005-2014 рр. свідчить, що доходи від експорту не покривають витрат на імпорт. Зі зниженням частки експорту та імпорту у ВВП даний показник демонструє тенденцію до зростання й за попередніми підрахунками (перше півріччя) у 2015 році демонструватиме позитивний результат (1,07), що характеризується профіцитом зовнішньої торгівлі на рівні 1,247 млрд дол.

Проте такі тенденції не є наслідком поживлення економічної активності, а радше падінням як експорту так й імпорту (за 6 місяців 2015 року Україна експортувала на \$22,5 млрд, що менше на 33,63% (на \$11,4 млрд) першого півріччя 2014 року; імпорт за 6 місяців 2015 року склав \$19,6 млрд, що менше на 37,18% (на \$11,6 млрд) порівняно з першим півріччям минулого року) [6].

Достатньо промовистим є аналіз промисловості та рівня імпортозалежності України за досліджуваний період (рис.2). Загальний рівень імпортозалежності промисловості на протязі періоду 2005-2015 рр. коливається в межах 35-40% і має тенденцію до зростання. Особливо критичним виглядає 2014 рік, коли на фоні різкого падіння промислового виробництва спостерігалось зростання рівня імпортозалежності на 4 п.п. за рік (хоча сам показник реального імпорту скоротився на 28%), що спровоковано втратою промислового потенціалу регіону АТО та АРК на фоні різних курсових коливань та зростання вартості енергоносіїв.

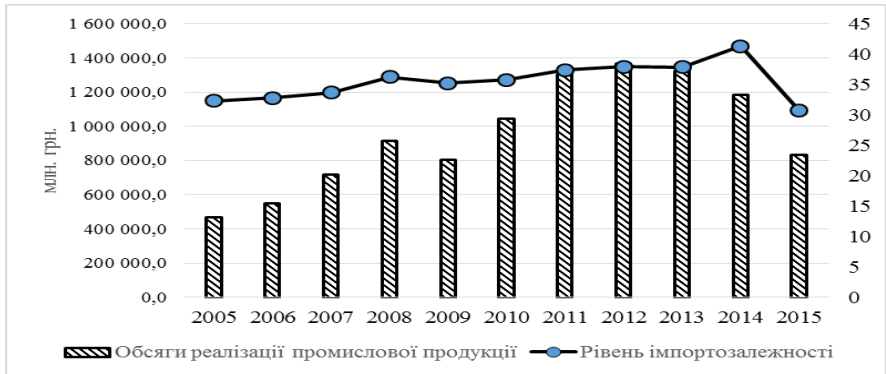


Рис. 2 Обсяги реалізації промислової продукції в Україні та рівень імпортозалежності за 2005-2015 рр.

Розраховано за [6].

Досить суперечливою виглядає попередня оцінка першого півріччя 2015 року, що характеризується зниженням обох показників. Падіння промислового виробництва є очікуваним на фоні ситуації, що складалася в країні, а зниження імпорту пов'язують із низьким споживчим та інвестиційним попитом, введенням додаткового імпортного мита, зменшення “сірого” імпорту внаслідок зниження купівельної спроможності населення. На фоні стабілізації виробництва окремих внутрішньоорієнтованих галузей промисловості (зокрема, текстильної та деяких видів харчової промисловості) прискорення падіння імпорту може свідчити й про початок процесів імпортозаміщення.

Слід зазначити, що виробництво імпортозамінної продукції має відбуватись паралельно з розвитком експортоорієнтованих галузей, що передбачає одержання довго- та короткострокових ефектів для розвитку національної економіки. Мотивація ж виробників, що включаються до імпортозаміщуючих галузей визначається існуванням внутрішнього попиту на певну імпортну продукцію. Відповідно до концептуальних засад, імпортозаміщуючі галузі мають перерости у експортоорієнтовані з інтенсивним вивезенням замінників імпорту за межі країни [4, с.14]. Таким чином процес імпортозаміщення передбачає чотири послідовні етапи (рис.3).

В Україні впровадження класичної моделі заміщення імпорту, що ґрунтується лише на власних ресурсах і технологіях, у найближчій перспективі пов'язана з великими труднощами через втрату конкурентних позицій багатьма видами економічної діяльності. Проте,

альтернативною моделлю імпортозаміщення може бути імпортозаміщуюча індустріалізація, що базується на активному залученні міжнародних компанії та прямих іноземні інвестиції транснаціональних корпорацій.

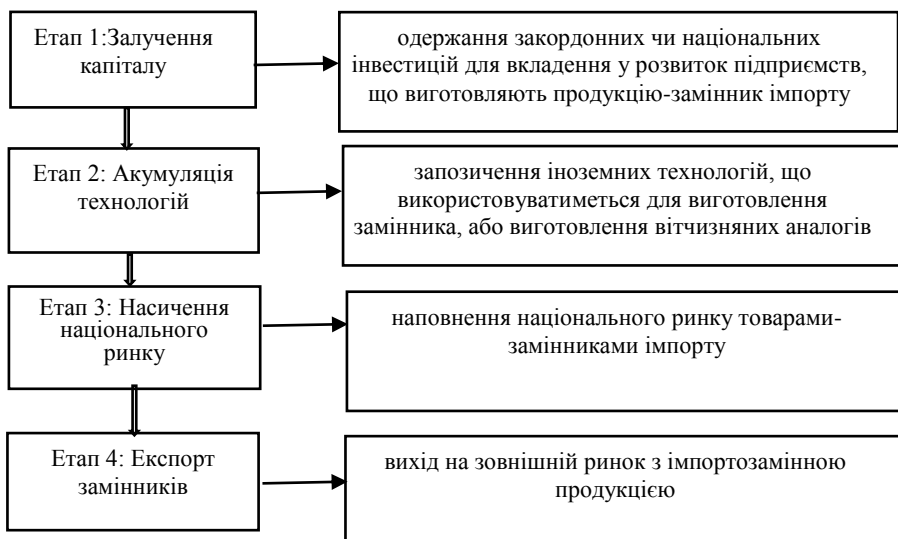


Рис. 3 Етапи процесу імпортозаміщення
Складено за [6].

Оскільки, залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ) є вирішальним у реалізації моделі індустріального імпортозаміщення, важливим є формування позитивного інвестиційного іміджу країни. До цього часу в міжнародному форматі Україна все ще залишається мало привабливою для потенційних інвесторів, а ПІІ характеризуються слабкою капіталізацією. Основними перешкодами для залучення ПІІ життєво необхідних для модернізації економіки з огляду на обмеженість власних фінансових ресурсів, на думку А. Мазаракі, залишаються неефективне державне управління, невизначеність щодо виконання договорів та корупція [3, с.11]. А за поточної ситуації ускладнюється проведення військових дій на Сході, відкладенням глибоких реформ, неконтрольованою девальвацією та ін.

Наслідки реалізації стратегії імпортозаміщення та розвитку внутрішнього виробництва значною мірою залежатимуть від

спроможності держави своєчасно створювати необхідні умови для реалізації підприємницької ініціативи і вдосконалювати стимули, спрямовані на активізацію інвестиційної діяльності за новітніми технологіями в усіх галузях економіки [7, с.37].

Сьогодні на підтримку від держави можуть розраховувати лише обмежена кількість підприємств, що належать власникам, наближеним до влади, а решта виробників відчувають на собі лише постійний адміністративний та фіскальний тиск та невпевненість у тому, що можуть захистити власний бізнес. Такі умови спотворює конкурентні умови на ринку та не сприяють здійсненню інвестицій у виробництво. В Україні також спостерігається дуже висока концентрація капіталу, що ще більшою мірою ускладнює можливості ринкової конкуренції. Без реальної дерегуляції підприємницької діяльності та покращення інвестиційного клімату збільшення обсягів вітчизняного виробництва не відбудеться. Така ціль може бути реалізована лише через консолідацію зусиль держави, бізнесу та науки. Важливо, що для всіх суб'єктів господарської діяльності були створені рівні (недискримінаційні) умови розвитку та можливості НДР.

Варто підкреслити, що для мінімізації існуючих ризиків імпортозаміщення в Україні доцільно: послабити державне стимулювання галузевих пріоритетів за допомогою дефіциту бюджету; зміцнення обмінного курсу грошової одиниці; уникати пільгового кредитування (субсидування) окремих підприємств.

Список використаних джерел:

1. Антикризова програма спільних дій влади та бізнесу економіки : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uspp.ua/st4serydrtyf.html>.
2. Васильців Т. Г. Узагальнення концептуальних положень організаційно-економічного механізму та інструментів державної структурної політики імпортозаміщення / Т. Васильців, М. Цап // Бізнес Інформ. – 2014. – №8. – С. 40-44.
3. Мазаракі А. Імпорт та перспективи імпортозаміщення в Україні / А. Мазаракі, Т. Мельник // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2012. – № 6. – С. 5-15.
4. Остапенко Т. Вплив експортоорієнтованих та імпортозаміщуючих галузей на зростання економіки України / Т. Остапенко // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 10. – С. 11-16.
5. Пазізіна С. Імпортозаміщення в системі забезпечення економічних інтересів України / Новий світовий економічний порядок та глобальні виклики для України : моногр. [В. Козюк, А. Крисоватий,

С. Савельєв та ін.] ; за наук. ред. проф. А. Крисоватого і С. Савельєва. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С. 444-456.

6. Статистичні матеріали Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

7. Чех М.М. Імпортозаміщення: аналіз досвіду та можливості реалізації в Україні / М.М. Чех // Економічна інтеграція як умова підвищення добробуту у країнах СНД. Збірник наукових праць конференції: частина II. Одеський національний університет імені І.І. Мечнікова, 2011 – С. 35–38

8. Storonyanska I. The impact of import on the development of Ukrainian domestic market / I. Storonyanska, N. Popadynets // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – №2. – С.201-209.

Боричок Т.В.,

студентка 6 –го курсу кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв

ПОРІВНЯННЯ КОНЦЕПЦІЙ ПОХОДЖЕННЯ СВІТОБУДОВИ У НАУЦІ ТА ПРАДАВНИХ ЛЕГЕНДАХ

Існує велика кількість теорій походження світу: наукових, представленими в працях різними вченими, таких, як С. Хокінг, А.Пензіас, Р.Вільсон, В.Фесенков, так і в прадавніх легендах, які зародилися у усній та письмовій творчості різних народів. Ці теорії часто суперечливі і потребують систематизації та дослідження, що допоможе нам знайти відмінності та спільні риси концепцій походження світобудови. Адже культурне буття людства і вектори його розвитку базуються саме на світоглядній концепції, яка базується на уявленні про життєдіяльність світу, зокрема і його походження.

Культурологічне осмислення концепції створення світу є актуальним і зараз. Від початку свого розвитку людство шукало причину власного походження та походження світу. Тому зараз ми маємо велику кількість різно- манітних джерел для дослідження цієї теми: від міфів та легенд стародавніх народів Стародавньої Греції, Стародавнього Єгипту Вавилону, давніх слов'ян до наукових праць сучасних науковців та дослідників.

Важко не згодитись з думкою відомого вченого Я. Бондарчука, який зазначає, що найбільша складність опрацювання цієї теми полягає у тому, що вона синтезує аргументи низки наук – космології, астрофізики, біології, генетики, богослов'я, філософії та ін. і тому

повинна розроблятися спільними зусиллями вчених. Також він наголошує, що хоч би як глибоко проникала наука в таємниці всесвіту, теорії природного еволюціонізму неспроможні підтвердити його саморозвиток, самозародження життя й утворення людини, лишаючи без уваги існування надсвітової творчо енергетичної субстанції – Господа [1, с.18].

Провівши аналіз відомих праць у даній тематиці, можна виділити два окремі напрямки теорії створення світу:

- наукові теорії в основу, яких увійшли праці вчених, які стверджували, що Всесвіт, формувався за законами фізики.

- релігійні теорії суть, яких полягає у віру надприродних сил, які вплинули на формування всесвіту.

Перелік авторів наукових теорій та їхні концепції походження всесвіту представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Автори наукових теорій

Автор	Теорія та її зміст
С. Хокінг	Підтвердив теорію «Великого Вибуху». Зміст якої полягає у створенні Всесвіту у результаті потужного вибуху та формування за допомогою гравітації
А. Пензіас та Р. Вільсон	У 1965 р. практично підтвердили теорію «Великого вибуху», відкривши реліктове випромінювання, яке є джерелом інформації про ранній етап розвитку Всесвіту
В.Г. Фесенков	У п'ятдесятих роках підійшов до вирішення проблеми з точки зору народження і еволюції зірок. Він вважав, що утворення туманності відбувалося за рахунок викиду речовини з нової або ж наднової зірки
А. А. Фрідман	У 1922 р. довів, що в далекому минулому стався вибух космічного простору, після якого Всесвіт став розширюватись
Е. Хаббл	У 20-х роках ХХ ст. Встановив, що відстані між галактиками у Всесвіті безперервно збільшуються і таким чином утворюють нові галактики
О. Ю. Шмідт	У 1943 р. у праці «Метеоритна теорія походження Землі та планет» намагався математично обґрунтувати ідею про походження планет з холодної пилової й метеоритної матерії

Складено автором

Паралельно з розвитком науково-технічного прогресу, залишається актуальними уявлення людей про створення світу вищими силами, адже в різних цивілізаціях виникали різноманітні

теорії бачення світобудови в легендах та міфах (табл. 2.). Не можна не згадати про сильний вплив релігії на формування уявлень і в сучасному суспільстві.

Таблиця 2

Уявлення про світобудову на основі легенд

Походження	Зміст легенди
Старий Заповіт	Створення світу належить Богові, який створив його за 7 днів і на початку його створення не було нічого, окрім темряви
Ст. Греція	Світ зародився з яйця, яке знесла богиня Еврінома. В пізніших міфах уже не йдеться про яйце, а про первісну богиню Гею – матір Землю, яка створила бога Урана–батька Неба, а потім народила все, що є на світі
Вавилон	Спочатку був хаос. Світ створив Мурдок в боротьбі з Тіямат, створивши із її тіла небо, землю і все навколо
Китай	Всесвіт був хаосом, схожим на яйце. В яйці зародився першопредок Паньгу, який створив світ
Давні Слов'яни	Спочатку світ перебував у п'ємті. Всевишній явив Золоте Яйце, в якому знаходився Бог Рід, який породив Всесвіт

Складено автором

Виходячи з вищенаведеного, можна зробити висновок, що велика кількість наукових теорій та легенд різних народів, попри відмінності, мають спільні ідеї походження Всесвіту: присутність ідеї початкового стану світу, який утворився з «нічого». Згідно наукових праць, Всесвіт утворився завдяки великому згустку енергії, а згідно легенд на початку існування всесвіту була тільки темрява або хаос. Питання створення Всесвіту є складне з різних точок зору, як наукової так і теологічної, і точних даних людство не може мати, але обидві базуються на вірі людини в ту чи іншу ідею, що і лягає в основу культурного розвитку суспільства.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук Я.В. Шість днів творення світу (синтез релігійних та наукових концепцій) / Я. В. Бондарчук. – Острого: НУ «Острозька академія», 2013. – 252 С.

Когут І. В.,
асист. каф. технологій управління НУ «Львівська політехніка»
Боричок Т. В.,
студентка 6 курсу кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв

ПРИВАБЛИВІСТЬ ПРОЕКТІВ РЕГЕНЕРАЦІЇ ЗАКИНУТИХ СПОРУД У ЛЬВІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

У міжнародній практиці поширена практика ревіталізації занедбаних промислових споруд разом з прилеглими територіями. Такі ділянки у містах є колишніми промисловими майданчиками, які нерідко освоюються населенням. Вони виникають, як у центральних частинах міст, так і у індустріальних частинах передмість [1]. Зрозуміло, що наявність подібних покинутих територій несприятливо впливає не тільки на довкілля, але і на економічний і соціальний добробут міста [2].

Повторне використання закинутих споруд вирішує істотну частку проблем пов'язаних з земельними ділянками міста та їх використанням, а саме: пошук нових ділянок для будівництва споруд; створення нового культурного простору та паркових зон; розростання міст; створення нових робочих місць тощо.

Питання ревіталізації закинутих споруд безпосередньо пов'язане з вирішенням основної проблеми містобудування – створення комфортних умов для проживання населення. Тому проблема регенерації таких будівель повинна вирішуватись не тільки на основі проектних пропозицій, але і на основі досвіду набутого, як у світі так і ближньому зарубіжжі.

В Україні ця тема набула популярності лише віднедавна – протягом останніх п'яти років. Сьогодні зростає актуальність переосмислення індустріальних зон і створення якісного громадського простору на їхній території. [2]

Переосмислення колишніх промислових будівель, збагачення культурного середовища міста та інтенсивна взаємодія культурних середовищ задля творення нового культурного продукту, який відповідав би потребам творчого прошарку у місті, мешканцям та гармонійно поєднувалася з урбаністичним ландшафтом [3] є актуальним завданням для західного регіону та інших регіонів України.

Наприклад у місті Львові вже не раз піднімались питання про перенесення сучасного мистецтва (перформативного, музичного, театрального) на нові майданчики, які б відповідали вимогам сьогодення. Ідеальними місцями для такої творчої лабораторії можуть стати індустріальні будівлі та закинуті споруди міста. Такий простір прийнято називати «Арт-кластером». [3]

Серед проектів регенерації замкнутих споруд у Львівському регіоні можна виділити проект оновлення «Фабрики повідла». Сьогодні фабрика очікує на переосмислення простору та його наповнення новим змістом. Проект ревіталізації цієї фабрики стане поштовхом і прикладом для перетворення тимчасового місця подій у стаціонарно діючий культурний простір, який стане продовженням уже діючих в Україні практик ревіталізації старопромислових зон.

Проект на Фабриці повідла є не єдиним у регіоні, окрім нього є ще велика кількість цікавих для архітекторів та інвесторів споруд. Це приміщення музеїв, військових частин, фабрик та заводів, складів, та просто житлові будинки.

Реконструкція будівель і споруд - це їхня перебудова, з метою часткової або повної зміни функціонального призначення, встановлення нового ефективного обладнання, покращення забудови території, доведення значень основних техніко-економічних показників у відповідність із сучасними нормативними вимогами. [4]

Слід виділити переваги таких проектів: покращення території міста; сприяння збереженню культурної спадщини; регенерація неблагополучних районів; економія коштів на демонтаж старих будівель; привабливість туристів до регіону тощо. З огляду на рентабельність, вважається, що реконструкція будівель та споруд є ефективною, коли витрати на реконструкцію не перевищують 70% вартості нової будівлі чи споруди. При цьому слід мати на увазі, що кошти, витрачені на реконструкцію, окупляться за 3 – 4 роки проти 4,8 року при новому будівництві. У кожному конкретному випадку повинно бути проведене техніко-економічне обґрунтування реконструкції. Ці роботи належать до спеціальних, і виконувати їх можуть лише спеціалізовані організації, що мають необхідне устаткування, навчений персонал і певний досвід виконання робіт. Тому найефективнішою формою реконструкції не завжди буває найбільш економічний варіант із точки зору вартості матеріалів та виконання робіт.

В Європі вже давно успішно реалізуються проекти регенерації закинутих споруд. Серед міст, які реалізують такі проекти можна виділити Варшаву, Краків, Дрезден, Ляйпціг та Берлін.

Прикладом успішної регенерації став проект створення унікального міського середовища на місці колишніх доків у східній частині Лондона, як результат створення тринадцяти житлових районів – це унікальний результат у старовинному місті.[6] Він дозволив збільшити житловий фонд старого міста удвічі шляхом використання земельних ділянок вздовж берегової лінії Осло, що раніше вважалось неможливим.

Крім різноманітних проектів реконструкції у Європі існує безліч сквотів – покинутих приміщень, зайнятих, як правило, без згоди власника. Часто такі місця стають осередками художників.

Прикладом такого є сквот Тахелес у Берліні, який став культовим місцем. У 90-ті рр. покинутий універмаг у єврейському кварталі Берліна став осередком художників з східної Німеччини. Згодом сюди почали приїжджати художники з всього світу, тут з'явилось близько 70 майстерень, де постійно відбувались виставки, перформанси і театральні постановки. На жаль, це місце не вдалось зберегти, незважаючи на протести митців і небайдужих до мистецтва, Тахелес перейшов у руки банкірів, а художникам довелось покинути сквот.

Успішні приклади втілення таких проектів у Європі є чудовим стимулом для реалізації аналогічних проектів в Україні, економічна та культурна вигода від яких очевидна.

Список використаних джерел:

1. Lorimer J. Living Roofs and Brownfield Wildlife: Towards a Fluid Biogeography of UK Nature Conservation // Environment and Planning A. – 2008. – Vol. 40. – № 9. – P. 2042–2060.

2. Grimski, D. Urban Brownfield in Europe. Land Contam / Grimski, D.; Ferber, U. // Sustainability. – № 2001. – № 9. – PP. 143-148.

3. Регенерація індустріальних споруд в Україні. Результати воркшопу (м. Львів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.culture.in.ua/media/7516/workshopregeneration_low_quality.pdf.

4. Робоча навчальна програма дисципліни “Реконструкція та утримання міської забудови” Реконструкція будівель і споруд. Доцільність проведення реконструкції.//НУ «Львівська політехніка», 2012 р. – 35 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.lntu.info/book/fbd/mbg/2013/13-09/page6.html>.

5. Фотовиставка «Регенерація промислових територій : досвід міст світу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.anothercity.ru/exhibitions/7969-regeneraciya>.

Терещенко А.В.

Львівська національна академія мистецтв, Факультет історії та теорії мистецтва, Кафедра менеджменту мистецтва

ІСТОРИКО-СУСПІЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ НЕОБХІДНОСТІ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА АКТУАЛІЗАЦІЇ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ПАМ'ЯТОК У ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ СУСПІЛЬСТВА У ХХІ СТОЛІТТІ

Наприкінці ХХ - початку ХХІ століття вже сформувались стійкі тенденції подальшого розвитку суспільства. З одного боку це – інформатизація суспільства, з іншого – глобалізація. Інформатизація призводить до пришвидшення темпу життя та усвідомлення свого існування у цьому моменті, звідси швидкоплинність мистецького твору, митці продукують легкодоступні через мережу інтернет твори, які проживають дуже стрімке життя від створення до піку популярності, а згодом до майже повного забуття. Глобалізація, в свою чергу, породжує стрімкий процес розмиття етнічних, ментальних кордонів.

У законі України Про Концепцію Національної програми інформатизації наведене наступне визначення: “Інформатизація - це сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб, реалізації прав громадян і суспільства на основі створення, розвитку, використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, створених на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки” [1].

Інформатизація – це не стільки технологічний, скільки соціальний і навіть культурологічний процес, пов'язаний зі значними змінами в способі життя населення. Такі процеси вимагають серйозних зусиль не лише влади, а й всієї спільноти користувачів інформаційно-комунікаційних технологій на багатьох напрямках, включаючи ліквідацію комп'ютерної неграмотності, формування культури використання нових інформаційних технологій та ін.

Мета інформатизації – трансформація рушійних сил суспільства, які повинні бути перенацілені на виробництво послуг, формування виробництва інформаційного, а не матеріального продукту. У ході інформатизації вирішуються завдання зміни підходів до виробництва, модернізується уклад життя, система цінностей. Особливу цінність набувають продукти інтелектуальної діяльності,

знання, що призводить до збільшення частки розумової праці. Від громадян інформаційного суспільства потрібна здатність до творчості, зростає попит на знання. Змінюється матеріальна і технологічна база суспільства, ключові значення починають мати різного роду керуючі та аналітичні інформаційні системи, створені на базі комп'ютерної техніки та комп'ютерних мереж, інформаційної технології, телекомунікаційного зв'язку.

Інформаційна революція, яка постійно набирає силу, швидко змінює світ, надаючи людству принципово нові рішення і можливості в багатьох сферах. Але разом з очевидними благами, які вона вже дала людям, і ще більшими в недалекому майбутньому, ця революція несе з собою і принципово нові проблеми і суперечності. Серед них – цифрова нерівність країн і регіонів, проблема правового регулювання інтернету, електронної комерції і оподаткування в цій області, питання інтелектуальної власності, проблема забезпечення безпеки і конфіденційності інформації, дотримання свободи слова, питання цензури в глобальних комп'ютерних мережах та ін.

Не варто забувати і про інші негативні складові розвитку Інтернету, перш за все про такі дії в мережі, як розповсюдження матеріалів, які представляють загрозу моральним засадам суспільства, зокрема дитячої порнографії, використання інтернету для азартних ігор. Крім цього мережа може служити і засобом розповсюдження пропагандистських матеріалів злочинних та екстремістських організацій, рецептів виготовлення вибухових і отруйних речовин, зброї, наркотичних і психотропних засобів, методів розкриття електронних і інших шифрів.

У зв'язку з цим виникає проблема правового регулювання інтернету, рішення якої потребує державне втручання у вигляді ухвалення відповідних законів, що регулюють пов'язану з ним діяльність. Більш того, враховуючи глобальний характер мережі, справитися з цією проблемою представляється можливим лише в рамках міжнародної співпраці.

Таким чином процеси інформатизації окрім позитивних моментів також можуть представляти загрозу розвитку суспільства, що потребує заходів з мінімізації негативних наслідків спричинених інформатизацією, як на державному рівні так і на рівні громадськості. Окрім процесів інформатизації суспільства в наукових колах породжують поле для дискусій процеси глобалізації.

На сучасному етапі розвитку суспільства відсутнє загальноприйняте визначення поняття глобалізації. Одне з визначень: глобалізація – це об'єктивний соціальний процес, змістом якого є

зростаючий взаємозв'язок та взаємозалежність національних економік, політичних та соціальних систем, національних культур і навколишнього середовища [2, с. 8].

У своїй науковій статті “Особливості сучасної техногенної цивілізації та вияви кризи духовності людини” Тетяна Власевич-Хоркава зазначає, що у новітній час – час техногенної цивілізації та глобалізаційних процесів особливої гостроти набуває проблема духовності людини. В нинішніх умовах, коли суспільство пронизують технократизм та техніцизм як системоутворюючі чинники життєдіяльності суспільства – людина перетворюється з джерела та носія духовно-культурницьких цінностей у функціональний засіб досягнення соціально-технологічних цілей. Відбувається повний відрив людини від її ґрунту. Людина стає мешканцем Землі без батьківщини, втрачаючи причетність до традиції. Дух людини зводиться до здатності навчитися та виконувати корисні функції. Суспільне життя перетворюється на функціонування технічного механізму, а вся планета – на єдину фабрику. Тому особливої актуальності набуває питання самознаходження, самовизначення, тобто становлення індивідуальної ідентичності [3].

Велику увагу проблемам глобалізації у культурі приділив Сергій Чирчик, він акцентує на тому, що визріла необхідність у світогляді, який би враховував зміни, що відбуваються, і динаміку розвитку сучасного світу, але при цьому не відкидав би фундаментальні основи культурного минулого [4].

Таким чином актуалізується питання збереження та розвитку діяльності історико-культурних пам'яток, які відображають та підтримують культурно-ментальні особливості українців.

Одна з важливих функцій історико-культурних пам'яток – виховання у громадян почуття приналежності до рідної землі та відповідальності за майбутнє країни. При чому особливу увагу необхідно приділити не лише консервуванню та охороні історико-культурних пам'яток, але і їх всебічній інтеграції у життя суспільства, адже лише при цій умові такі пам'ятки зможуть виконувати свої функції. Серед яких можна виділити не тільки виховання почуття відповідальності та приналежності до рідної землі, але і шановливого ставлення до історії держави, відпочинково-розважальну функцію тощо. Інноваційно та креативно розвинена інфраструктура довкола історико-культурних пам'яток створює, в свою чергу, плацдарм для всебічного культурного розвитку населення.

Дослідженням питання збереження та актуалізації історико-культурних пам'яток, проблемам та перспективам їх розвитку з огляду

потреб суспільства у ХХІ столітті займалися такі науковці: Гевель К.М., Дутчак О. І., Жукова О.В., Опалько Ю.В., Рискаль М.О. та ін.

Зокрема Жукова О.В. у своїй науковій статті “Пам’ятки історії та культури України як специфічний вид культурної цінності” зосередила свою увагу на дослідженні специфічних властивостей пам’яток історії та культури. Та виділяє головне достоїнство пам’яток – їх автентичність, тобто факт фізичного існування як основного доказу реальності історичної дії, яка відбувалася в минулому. В свою чергу однією з основних властивостей пам’яток історії та культури автор зазначає - здатність зберігати і передавати автентичну історико-культурну інформацію про минулі події та явища, в результаті яких і виникли пам’ятки. Іншою властивістю пам’ятки виділяє здатність викликати емоційно-естетичні переживання та розвивати абстрактне мислення. Сукупність характеристик пам’ятки історії та культури мають здатність впливати на світогляд людини, змінюючи тим самим її поведінку. Отже, пам’ятки виховують почуття прекрасного, патріотизму та ін. Наявність цих унікальних властивостей, які здатні визначати соціальну поведінку людей і формувати світогляд суспільства, дозволяють говорити про об’єкти історико-культурної спадщини як про соціокультурний феномен [5].

Тезу про важливість виховної функції історико-культурних пам’яток підтверджує Ксенія Миколаївна Гевель у своєму дослідженні та зазначає, що збереження національної історико-культурної спадщини відіграє важливу роль у становленні України як незалежної держави. Це пов’язано з тим, що історико-культурна спадщина є одним з головних чинників формування української національної ідентичності та відродження духовності українського народу. Шанобливе ставлення до історії та культури, збереження та раціональне використання об’єктів історико-культурної спадщини з боку держави та громадськості має позитивний вплив на міжнародний імідж України. Пам’ятки історії та культури слугують цілям розвитку науки, освіти і культури, формування почуттів патріотизму, високого морального та естетичного виховання. Збереження та якомога ефективніше використання пам’яток минулого у вихованні майбутніх поколінь сприятиме піднесенню національної свідомості та гідності. Проте сьогодні маємо безліч проблем у реалізації стратегії державного управління щодо охорони, збереження, відродження та розповсюдження історико-культурних надбань українського народу. Недооцінка та нерозуміння процесів, що відбуваються в гуманітарній сфері загалом та в культурному житті зокрема, призводить до суттєвих втрат в культурній спадщині в Україні [6].

Таким чином, історико-культурні пам'ятки відіграють важливі соціокультурні функції, які можуть бути реалізовані лише за умови актуалізації їх у житті суспільства. Що в свою чергу передбачає збереження та розвиток історико-культурних пам'яток, з огляду на потреби сучасного суспільства. Актуалізовані історико-культурні пам'ятки України можуть, якщо не протистояти негативним чинникам глобалізації та інформатизації суспільства, то зменшити їх негативний вплив, адже, як вже зазначалось, історико-культурні пам'ятки здатні виховувати почуття патріотизму, приналежності до рідної землі тощо.

Список використаних джерел:

1. Закон України Про Концепцію Національної програми інформатизації [Електронний ресурс] – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80>.

2. Rostow W.W. The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto / Walt Whitman Rostow / Chapter 2. „The Five Stages of Growth – A Summary,l.– Cambridge: Cambridge University Press, 1960. – P. 4-16. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/ipe/rostow.htm>.

3. Власевич-Хоркава Т. Особливості сучасної техногенної цивілізації та вияви кризи духовності людини / Тетяна Власевич-Хоркава // Вісник Львівського університету. – 2012. – №15. – С. 154–161.

4. Чирчик С. Проблеми глобалізації в культурі / Сергій Чирчик [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.zbirnik.mixmd.edu.ua/2010_5_ua/6.pdf.

5. Жукова О. В. Пам'ятки історії та культури України як специфічний вид культурної цінності / О. В. Жукова. – 2011. – № 33.

6. Гевель К. М. Проблеми та перспективи державного управління сферою збереження та охорони історико-культурної спадщини в Україні / Ксенія Миколаївна Гевель. – 2009. – № 2.

Поліщук М.О.

студентка IV курсу кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ РЕКЛАМИ ТЕАТРАМИ З ОГЛЯДУ ВПЛИВУ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ

Нині в Україні функціонує 137 театрів, проте більшість із них досі не приділяють достатньої уваги промоції своєї діяльності

засобами реклами. Поряд з існуванням класичних театрів, які мають тривалу історію та стали традиції, в світі й Україні з'являється багато нових сучасних, альтернативних театральних формацій. Закономірно зростає і конкуренція за свого глядача, що актуалізує необхідність підвищення їх рекламної діяльності.

Відповідно до Закону України «Про театри і театральну справу» театральна діяльність – це діяльність у галузі театрів і театральної справи, пов'язана зі створенням, публічним виконанням, публічним показом, поширенням та збереженням творів театального мистецтва, забезпеченням умов для розвитку театральної творчості, підготовкою професійних кадрів, пропагандою кращих зразків театального мистецтва [1].

Проблема ефективної комунікації між театром та глядачами в Україні є не вирішеною, інформування глядачів часто не досягає цільової аудиторії. Саме тому слід активно використовувати різноманітні засоби реклами, зокрема сучасні, впроваджувати їх у діяльність театрів, співпрацювати з театральними критиками, засобами масової інформації, серед організаційних заходів слід відзначити створення на базі театру прес-центрів тощо. Зі збільшенням ролі сучасних засобів комунікації, виникненні Інтернету, поширенню популярності соціальних мереж, реклама активно видозмінюється.

Питанням реклами та рекламної проблематики були у центрі досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених: С. Лейнґлі, К. Лапина, Г. Гагоорт, Ф. Котлер, А. Жаркова, Ф. Витюгин, О. Копалова, Н. Норіцина та інших. У працях цих вчених розглядаються різноманітні трактування реклами, еволюції реклами, її видів та засобів, та все, що стосується її діяльності. Втім досі недостатньо вивченою є рекламна діяльність вітчизняних театрів.

До основних проблем, що гальмують розвиток театральної діяльності відносять [2]: недостатнє фінансування театрів; обмежений національний репертуар; відсутність належної театральної освіти; відсутність масштабних театральних фестивалів тощо. На афішах національних театрів наявний застарілий репертуар. Глядач потребує чогось нового, досі небаченого. Необхідно ставити спектаклі сучасних авторів, що неабияк зацікавить аудиторію, а також активне залучення засобів реклами та зв'язків з громадськістю.

У ХХІ ст. необхідно дивувати глядача, йому вже не достатньо звичайної театральної реклами. Потрібно вводити нестандартні інформаційні промоції. Театралам необхідно частіше влаштовувати вуличні перформанси, тим самим зацікавлюючи власну цільову аудиторію.

Українські театри в деякій мірі далекі від сучасного глядача, необхідно руйнувати даний бар'єр. Цей бар'єр можна подолати за рахунок різноманітних зустрічей громадськості з театрами, проведенням круглих столів стосовно перспектив розвитку театральної діяльності, створення театральних фестивалів, яких в Україні є зовсім мало.

Розробляючи театральну рекламу, значну увагу варто приділити інформації, яку хочемо донести до глядача, інформація повинна бути актуальною, новою, цікавою. Для того щоб посилити інформацію, можна прив'язати театральну подію до «круглої» дати, такий прийом використовують досить часто [3].

Наступною проблемою українських театрів є недостатня ефективність співпраці з театральними критиками та мистецтвознавцями. Адже саме вона забезпечує формування громадської думки про театр.

Популярним та економічно ефективним засобом реклами українських театрів має стати реклама через мережу Інтернет. Майже всі театри на сьогодні мають власний сайт, де розміщується інформація про театр, театральну труп, анонси вистав, новинки, фото- та відеоматеріали, окрім офіційного сайту театрів, попитом користуються і сторінки в соціальних мережах, блоги тощо. Однак слід зазначити, що не завжди сайти театрів наповнені актуальною інформацією, мають художню цінність.

Нині кількість чинників, які формують спосіб життя та ціннісні орієнтири значно збільшилась. Реклама все більше входить в людське життя, тим самим активно привертаючи увагу, передає споживачеві інформацію і змушує діяти певним чином, адже в соціокультурній сфері не достатньо лише виробляти певний товар, необхідно донести його до споживача. Різноманітність та емоційна насиченість рекламних засобів активно залучає індивіда в соціокультурний простір.

При виборі засобів реклами, необхідно звернути увагу на цільову аудиторію, до якої ми хочемо донести ту чи іншу інформацію. За допомогою поділу цільових аудиторій засоби реклами можна підібрати відповідно до кожної з груп, які є на потенційному ринку.

Для визначення споживачів театральної діяльності можна класифікувати споживачів таким чином:

- нові користувачі, які приходячи в театр, вперше знайомляться з цим середовищем;
- прихильні споживачі (регулярно відвідують один і той самий театр);

- непостійні споживачі (відвідують вистави різних театрів, культурних закладів тощо).

Якщо розглядати конкретно театральну рекламу, то відвідуваність залежить від чіткості образу, від інформаційного впливу на споживача через різні засоби реклами. Реклама ефективна тоді, коли відбуватиметься приріст продаж квитків та приріст доходів з відвідуваності вистав [4].

Найбільш доступним та поширеним засобом реклами в театральній діяльності є афіша, на якій присутня інформація щодо певної культурної події, вказується місце, час, проведення [5]. Афіша призначена для розклеювання, вона є у вільному доступі, саме тому лідерство залишається за даним засобом реклами.

Основною задачею афіші є безпосередня передача повідомлення. Позитивною характеристикою афіш є її великі розміри, які одразу впадають в очі, а також доступність для різних верств населення. Афіша як засіб масової комунікації використовує риторичний зміст (метафору), який може розшифрувати цільова аудиторія в специфічному контексті. Театральна афіша є посередником між потенційним глядачем та самим театром.

Найпопулярнішим та найдоступнішим засобом реклами на сьогодні є інтернет-реклама. Даний засіб дуже зручний, проте не для всіх цільових аудиторій. Більшість людей похилого віку не мають або не користуються доступом до мережі Інтернет, тому даний засіб реклами для вказаної категорії є не доцільним. Якщо говорити про молоде покоління – то реклама через інтернет є одним з найдієвіших засобом поширення інформації. Мережа Інтернет – надзвичайно потужне середовище, де є вільний простір, необмежені властивості, можливість індивідуалізувати певний продукт. Останнім часом реалізовується можливість бронювати та купувати квитки в режимі онлайн, що значно економить час. Ще однією перевагою Інтернету є оперативність доставки та оновлення інформації, можливість вести діалоги, підтримувати зв'язки між глядачами та театрами. Новацією є прямі трансляції вистав, концертів тощо.

Не менш дієвим залишається реклама в газетах і журналах. Така реклама є більш звичною для більшості населення. В газетах в розділі культури часом публікують інформацію про театральну діяльність тощо, є колонка з найближчими театральними подіями. Газета є зручним засобом інформації, оскільки її читає значна кількість людей. З іншого боку, інформація в письмовому вигляді добре запам'ятовується. До переваг газет можна також віднести той факт, що газети читають різні соціально-економічні та демографічні групи.

Саме тому, реклама в газетах є досить зручним та дієвим засобом поширення інформації для широкого кола населення.

Досить поширеним засобом реклами, який є доступним абсолютно для всіх цільових аудиторій є поштова реклама. Поштова реклама – це реклама, яка може розсилатися потенційним глядачам. Дана реклама є доступною для різних цільових груп, проте є досить витратною. Даний засіб реклами є одним з найефективніших способів розповсюдження театральної реклами, адже тут присутній контроль, гнучкість, а також фактор негайної реакції на рекламу. Реклама по пошті може бути у вигляді програмок, листівок, каталогів тощо.

В європейських країнах активно просувають рекламу по пошті не лише на державному рівні, а й міжнародному. Великі театри надсилають репертуар, буклети, афіші в різноманітні туристичні агенції, готелі, соціокультурні інституції тощо.

Враховуючи результати проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. Використання засобів реклами є важливою складовою театральної діяльності. Провідним рекламним засобом комунікації театру з глядачем є афіша, що містить утилітарну, інформаційну, психологічну та естетичну складові. За допомогою поділу цільових аудиторій засоби реклами можна підібрати відповідно до кожної з груп, які є на потенційному ринку. Основною проблемою залишається використання всього спектра комунікаційних можливостей, ця проблема особливо актуальна у випадку більшості українських театрів.

Список використаних джерел:

1. Про театри і театральну справу: Закон України № 2606 - IV від 31.05.2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2605-15>.

2. Бурнашов І.Ю. Український театр на сучасному етапі / Бурнашов І.Ю. // Журнал міністерства культури і туризму України. – 2008. – Вип. 9 / 5.

3. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід / С.Ленглі / Переклад з англ. за ред. І.Д.Безгіна. – К.: ВВП «Компас», 2000. – 640 с.

4. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навчальний посібник, / Балабанова Л.В., Холод В.В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с. – ISBN 978-611-01-0337-4.

5. Копалова О. Роль реклами во взаємодії театра и зрителя / О. Копалова // Проблемы общественного развития в зеркале

социологии и экономики: тезисы докладов межрегиональной научной конференции. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 1999.

Глушко М.І., аспірант
Львівської національної академії мистецтв

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ МИСТЕЦЬКИХ ЧАСОПИСІВ ПЕРІОДУ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ

Мистецька періодика є невід'ємною частиною соціокультурного дискурсу, яка репрезентує головні складові процесу та віддзеркалює загальні тенденції розвитку сучасної культури; їй належить важлива комунікативна роль між усіма явищами життя та їхньою рецепцією.

Видавнича справа в Україні, як одна зі складових культурної політики держави, спрямована на задоволення духовних, культурно-освітніх потреб суспільства. Якщо проаналізувати той стан, в якому ось уже кілька років підряд перебувають українські національні видання, і порівняти його у контексті розвитку сучасної світової видавничої практики, можна дійти висновку про існування тут невтішної паралелі.

Важливим чинником розвитку видавничої справи є наявність та професійність фахової періодики, що повноцінно та регулярно інформує про досягнення у цій сфері, стимулюючи їх таким чином, та сприяє їхньому практичному застосуванню та обміну досвідом. На ринку України є незадоволений попит на мистецькі журнали [9, с.185].

Сучасну мистецьку періодика України складають друковані та електронні журнали, часописи та газети, які містять художні твори різних жанрів, розділи критики, публіцистичні матеріали тощо, пов'язані з культурно-мистецькою тематикою, а також видання, що, окрім мистецького, мають культурологічне, літературне чи громадсько-політичне спрямування [4, с.35].

Мистецька преса — це комунікативний простір для формування поля мистецтва й запитів суспільства щодо мистецтва; це інформаційний простір. Така преса про мистецтво створює середовище для спілкування, дає суспільству діагностику життя мистецтва, новини про нього, репрезентує запити суспільства щодо мистецтва, тримаючи свій предмет осмислення в активній комунікації [2, с.29].

Сучасний ринок періодики залишається нестабільним. Його основу складають добре відомі авторитетні видання, що існують уже тривалий час, і пошквляють нові видання, які майже щороку з'являються

на ринку чи у віртуальному інформаційному просторі. Поглиблений аналіз мистецьких видань України демонструє надзвичайну розмаїтість критичних журналів, часописів, альманахів, які яскраво відображають особливості мистецького дискурсу сучасності [8, с.12].

Ринок мистецьких видань України представлений наступними зразками.

Журнал «Образотворче мистецтво» сьогодні залишається найдавнішим професійним мистецьким виданням. За цей час він пройшов низку трансформацій, змінюючи назви, обсяг, періодичність, творчі підходи. У різні періоди журнал знайомив читача з останніми мистецькими та суспільними подіями, вмщував теоретичні статті та ілюстрації, творчі портрети, від початку 1990-х років пише про багатьох митців з діаспори. Нині журнал відстежує сучасні мистецькі процеси, звертається до теорії та історії мистецтва [6, с.8].

«Українська культура» (з 1991 року) – один із найстаріших культурологічних журналів в Україні; основні теми — музика, кіно, література, образотворче мистецтво, архітектура, нові медіа, дизайн, фотографія [4, с.38].

«ГАЛЕРЕЯ» – мистецький журнал. Засн. у червні 1999 Асоц. артгалерей України у Києві. Виходить раз на три місяці, матеріали публікуються укр. і рос. мовами, наклад – 1 тис. прим. Висвітлюється галерейне життя, сучасне мистецтво, історія артринку тощо. Квартальник «Артанія» (з 2005 року) – культурологічне видання, що висвітлює питання історії мистецтва, психології творчості, критики, публіцистики. Пропонуються аналітичні статті про особливості сучасного мистецького процесу [7, с.356]

«Студії мистецтвознавчі» (з 2002 року) висвітлює актуальні питання теорії, методології, історії та сучасного стану вітчизняного й зарубіжного мистецтва, публікуються результати досліджень творчості окремих митців, архівні матеріали, дискусії, спогади про колег, бібліографічні огляди та рецензії. «ART LINE» - видання, що презентує матеріали про кіно, театр, музику, образотворче мистецтво.

Варто виокремити спеціалізовані журнали «Артклас» і «Мистецтво та освіта». Їх мета – виховання художньо-естетичної культури особистості. Орієнтовані на широку читацьку аудиторію. На сторінках видань друкуються статті на різні теми: історії та теорії мистецтва, нових методик викладання мистецьких дисциплін, розроблені плани уроків з практичними завданнями для учнів, навчальні плани, іноземний досвід мистецької освіти тощо [5, с.10].

ART UKRAINE — провідний журнал про мистецтво, заснований у 2007 році. Журнал є найдавнішим із небагатьох українських видань, що спеціалізується на візуальному мистецтві, вітчизняному та всесвітньому. Видання публікує інтерв'ю, критичні огляди, колонки та тематичні рубрики від провідних фахівців, художників та кураторів. Висвітлює інформацію про найважливіші події світу мистецтва, виставки, бієнале та ярмарки, так само як і про різні школи та напрямки класичного та сучасного мистецтва [7, с.362].

У 2007 році створений за сприяння Музею сучасного образотворчого мистецтва України мистецький журнал «Fine art». Завдання новоствореного журналу - розповідати про світові тенденції в мистецтві, про місце українських майстрів мистецтва у світовому співтоваристві. Це інструмент формування естетичного смаку, шлях до визнання істинного художника, на сторінках не стільки компліментарні, скільки контраверсійні, конструктивні, творчі, критичні статті та думки [6, с.10].

Формуючи сучасний український культурний простір, варто замислитись над тим, яке місце посідає в ньому мистецька періодика. В Україні недостатньо пошуків спільного рішення на користь існування та розвитку якісної мистецької періодики в сучасній Україні.

В Україні на сучасному етапі мистецькі галереї, угруповання та музеї створюють власні видання, що відповідають їхньому стилеві й тематиці. Новий часопис, що висвітлює мистецтво в Україні, автоматично стає предметом обговорення, бо таких часописів небагато і ринок несформований. Усі мистецькі видання сьогодні повинні співпрацювати у різний спосіб. Між ними не має бути конкуренції, а лише взаємопідтримка. Інституції, що працюють із творами мистецтва: музеї, художні галереї, театри, кінотеатри, культурні центри мають функціонувати як єдина творча система [3, с.2].

Можливо, першим кроком до такого об'єднання стане Асоціація мистецької періодики України із власною інтернет-платформою, яка б згуртувала усі редакції, об'єднала зусилля для проведення спільних мистецьких акцій та видання мистецької преси — ця ідея виглядає досить реалістично.

Необхідно визначити, який досвід мистецьких видань минулого варто перейняти сьогодні: мета, завдання та читачка аудиторія сучасної української мистецької періодики; мережа розповсюдження мистецьких видань; шляхи взаємодії в культурно-мистецьких колах для створення мистецького продукту. Важливим є визначення того, як можуть співпрацювати редакції видань, галереї, музеї та мистецькі

угруповання для розвитку галузі мистецької періодики в Україні. Доцільним також є проведення Всеукраїнського фестивалю мистецької періодики, захід в Україні цілком безпрецедентний.

Отже, мистецькі часописи повинні бути важливим джерелом у системі культурної комунікації, її успішним та вдалим засобом – першоджерелом для опублікування нових ідей, теорій, результатів досліджень, місце для критичного розгляду подій тощо. Окрім цього, видання повинні виховувати українську еліту читачів, аби створити ґрунт під свою діяльність і впорядкувати мистецьке життя, дати західноєвропейським мистецьким колам матеріали про українську культуру і мистецтво, окреслити мистецькій молоді орієнтацію у мистецтві, дати читачам повний образ розвитку української культури.

Список використаних джерел

1. Іванова О. Літературно-мистецька періодика в соціально комунікаційному просторі України початку ХХІ ст.: автореф. дис. д-ра наук з соц. комунікацій : 27.00.01 [Електронний ресурс] / О. Іванова; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2010. – 31 с.

2. Калакура Я. С. Періодична преса як історичне джерело/ Я.С. Калакура // Джерела з історії України . – К. : Либідь, 2011. – 620 с.

3. Ковба І. В. Обличчям до гострих проблем: Про що свідчать злети й падіння у вітчизняній видавничо-поліграфічній сфері // Друк і книга. – 2003. – №1. – С. 2–3.

4. Левицька О. С. Літературно-художні часописи в сучасному літературному дискурсі / О. С. Левицька // Поліграфія і видавн. справа.– 2012.– № 1. – С. 33–43.

5. Мистецька освіта й мистецтво в культуротворчому процесі України ХХ – поч. ХХІ століть: навч.-метод. посібн. / Р. Шмагало, Г. Покотило, П. Ляшкевич, І. Гнатишин, Т. Бей; за заг. ред. Р. Шмагала. – Львів: ЛНАМ, Тернопіль: «Мандрівець», 2012. – 288 с.

6. Сандуляк А. Журнали про мистецтво. [Електронний ресурс] // Портал be in trend. – 2013. – №10. – С.7-10. – Режим доступу <http://bit.ua/2013/10/6-pechatnyh-ukraynskyh-yzdanuy-o-kulture/>.

7. Собкович О. Художня критика та літературно-мистецькі видання Києва у ХХ ст. / О. Собкович // Мистецтвознавство України. - 2013. - Вип. 13. - С. 354-363.

8. Швайка Л. А. Видавничо-поліграфічна справа в Україні: стан, конкурентоспроможність, перспективи / Л. А. Швайка // Поліграфія і видавн. справа. – 2012. – № 2. – С. 10–14.

9. Яковлев О. В. Розвиток видавничої діяльності в Україні / О. В. Яковлев // Вісн. ДАКККіМ. – 2012. – № 2. – С. 184–187.

Кушнірецька О.В., к.е.н,
старший науковий співробітник
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долишнього НАН України»

КУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ МЕТРОПОЛІЙНОЇ ФУНКЦІЇ ОБЛАСНИХ МІСТ-МЕТРОПОЛІЙ

Механізми підвищення потенціалу реалізації культурної метрополітейної функції обласних міст-метрополій, як ключових осередків культурного життя українського суспільства, тісно переплітаються з механізмами розвитку культурної сфери на національному рівні та обумовлюються викликами, що стоять перед нею. Одним із найбільш значущих блоків-викликів, що стоять перед культурною сферою, є виклики організаційного характеру. Зокрема, домінування застарілих підходів в управлінні культурними інституціями, бюрократизація та, почасти, неготовність кадрового потенціалу традиційних установ культури (рідше туризму) працювати у новому соціально-економічному контексті, брак сучасних управлінських навичок та підприємництва, а також застаріла матеріально-технічна база обмежують можливості культурних інституцій на шляху їх трансформації в активного чинника економічного розвитку відповідних локалітетів.

У сучасних умовах використання нових підходів до стратегічного і тактичного управління об'єктами культури можна вважати одним із найбільш дієвих інструментів підвищення потенціалу реалізації культурної метрополітейних функцій обласних міст-метрополій.

Практичним інструментом підвищення ефективності роботи установ сфери культури є впровадження у практику управління такими об'єктами міжнародної системи проектного менеджменту, що дозволяє запровадити більш гнучкі та адаптовані до сучасних трендів засоби планування культурних заходів, формування заявок на отримання фінансування (в тому числі і міжнародного), а також налагодження вигідної співпраці з міжнародними структурами у сфері культури.

Застосування механізмів культурного менеджменту для підвищення потенціалу реалізації культурної метрополітейних функцій регіональних метрополій зумовлені необхідністю:

1) застосування нових підходів, мислення і моделей організації праці у швидкоплинному середовищі суспільних трансформацій на

противагу успадкованих пострадянських підходів до управління культурою;

2) запровадження практики стратегічного планування та перетворення сфери культури на вагомий та динамічний ресурс розвитку метрополійних територій;

3) налагодження тісної співпраці місцевої влади, громадськості, іноземних та вітчизняних культурних інституцій та фондів для формування ефективної та самодостатньої системи фінансування діяльності.

Як відомо, перші кроки у даному напрямку були зроблені Інститутом міста, що організував на початку 2015 р. тренінг з проектного менеджменту на основі PRINCE2 для працівників міських установ культури м. Львова (у заході взяли участь представники львівських бібліотек, музеїв та музичних шкіл тощо). Як засвідчують організатори, під час тренінгу учасники обговорили практичні моменти під час роботи над проектами: фандрейзинг, оформлення ідей у проєкт, його подання та етапи реалізації [1]. Як відомо, PRINCE2 є методом управління проєктами, що включає в себе управління, організацію, моніторинг і контроль проєкту та, на даний час, фактично, є стандартом проектного управління як у Великобританії, так і у світі. Оновлені дані державної торгово-промислової палати (англ. Office of Government Commerce – OGC), незалежного підрозділу державного казначейства Сполученого Королівства, зазначають [2], що PRINCE2 зазнав оновлення за рахунок останньої ревізії 16 червня 2015 року та на сьогодні, як найновіший управлінський продукт, об'єднує ресурси, навички, технології та ідеї для досягнення цілей і забезпечення конкурентних переваг, саме завдяки тому, що добре управління проєктами допомагає ідентифікувати та управляти ризиками, що, відповідно, гарантує досягнення поставлених цілей в рамках визначеного бюджету, у визначені терміни на відповідній якості. Комунікативна єдність даного інструменту менеджменту забезпечується єдиною термінологією для всіх учасників проєкту, чітким визначенням різноманітних ролей управлінців та зон відповідальності, а також процедурою координації виконавців та окреслення цілей та завдань, які необхідно виконати, що загалом дає можливість здійснювати своєчасний контроль відхилень від плану у проєкті.

Інструментом механізму підвищення потенціалу реалізації культурної метрополійної функції є культурне планування та похідний продукт такого планування – складання культурних мап (культурне мапування) метрополійних міст та ареалів їх метрополійного впливу у

відповідних функціональних просторах.

Культурне планування як інструмент культурного менеджменту є «фундаментом та засобом виявлення творчих та культурних активів у широкому сенсі, а також підвищення розуміння та знання творчих екологій» [3]. Як зазначається ЮНЕСКО у документі «Understanding Creative Industries (Cultural statistics for public-policy making)» [4], культурне планування є «найбільш сприятливим підходом для вивчення та розуміння творчої сфери, що передує прийняттю важливих стратегічних рішень; культурне мапування, яке включає всеосяжні зусилля щодо виявлення усіх культурних активностей, організацій, зайнятості та зв'язків у культурній сфері міста чи регіону, має додаткову перевагу, оскільки сприяє творчій співпраці між різними учасниками культурного процесу та здатне вплинути на політичні рішення для вироблення виваженої публічної культурної політики».

Культурне планування, як інструмент культурного менеджменту міст, вперше було застосовано рядом міст України у 2008 році. Культурне планування як модель узгодження та співпраці громади міст та влади у сфері культурного розвитку дозволяє «усвідомити, як різні форми культурного життя стають його важливими чинниками та активами і як ці активи слід плекати і вміло використовувати, збагачувати, примножувати та отримувати від них більше суспільної користі» [5]. Як відомо, до практики культурного планування та складання культурних мап до тепер долучались такі міста, як Миколаїв, Дніпропетровськ, Херсон, Одеса, Мелітополь, Луганськ; серед міст Західного регіону України культурні карти розроблені для таких міст, як Львів та Луцьк.

Отже, використання інструменту культурного менеджменту для підвищення потенціалу реалізації метрополійних функцій обласних міст-метрополій матиме ряд позитивних впливів, оскільки:

- дозволить дослідити реальний культурний потенціал міст-метрополій та відповідних метрополійних субрегіонів та створити актуальну базу даних про основні культурні ресурси (музеї, галереї, театри, музичні установи, творчі майстерні, кіноклуби, літературні, мистецькі інституції тощо), основні запити, обмеження та перспективи нарощення потенційної аудиторії споживання культурного продукту;

- дозволить виявити приховані культурні ресурси периферійних щодо міста-метрополії територій та окреслити їх культурну ідентичність;

- сприятиме поширенню метрополійного впливу у відповідних функціональних сферах, оскільки передбачатиме можливість

трансляції досвіду міст-метрополій у культурній (туристично-репрезентативній) сфері у периферійні метрополійні простори;
- дифузія суспільного досвіду одночасно слугуватиме як інструментом ширшого задоволення культурних потреб мешканців периферії метрополійних ареалів, так і збагачуватиме та примножуватиме метрополійний потенціал обласних центрів у відповідних сферах метрополізації.

Список використаних джерел:

1. Працівників установ культури навчали проектному менеджменту. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua>.
2. PRINCE2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ogc.gov.uk/methods_prince_2.asp
3. Creative City Planning Framework. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.torontoartscouncil.org>.
4. Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.unesco.org>.
5. Культурне планування Львова: підготовка культурної мапи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kultura.org.ua/wp-content/uploads/webukr.pdf>.

Гатілова К.В.

Студентка 6 курсу
кафедри менеджменту мистецтва ЛНАМ

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЄВИХ ЗАКЛАДІВ ЛЬВОВА

Культурний ринок Львова складають державні культурні заклади, неурядові організації, приватні комерційні компанії та окремі митці. Переважна більшість культурних інституцій Львова розташована в центральній частині міста, де й відбуваються основні культурні події. На околицях та в спальних районах міста можливості для участі в "професійному" культурному житті поряд з власним домом обмежені, хіба за винятком церковних свят та фестивалів.

У рамках реалізації проекту «Стратегія культурного розвитку міста» працівниками Інституту міста було здійснено ряд заходів, спрямованих на відчитування культурного запиту від мешканців різних районів міста Львова. Йдеться про робочі зустрічі/збори, що

відбувались протягом березня-травня 2012 року у районах міста, а також проведення Центром вивчення громадської думки Інституту міста соціологічного дослідження «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян», проведеного у травні-червні 2012 р.

Слід зазначити, що дані соціологічного дослідження фіксують ціннісну конотацію розуміння «культури», йдеться про те, що львів'яни трактують культуру у руслі внутрішньо особистісн их, поведінкових аспектів та суспільних цінностей, тоді як робочі зустрічі фіксують матеріальне розуміння цього поняття. У ході робочих зустрічей стає зрозуміло, що сферу культури важко відмежувати від інших сфер діяльності міста, зокрема екологічної, економічної, соціальної, однак більш за все мешканці – учасники зустрічей пов'язують культуру із елементами благоустрою міста. Нижче наводимо дані соціологічного дослідження «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян» [1].

Таблиця 1

Загальна оцінка культурної інфраструктури

	Оцінка культурних об'єктів	Оцінка культурних пропозицій	Загальна оцінка	Максимальна оцінка
Театри	4,23	4,20	4,22	5,00
Музеї	4,22	4,28	4,25	5,00
Галереї	4,23	4,26	4,25	5,00
Концертні зали	4,00	3,95	3,98	5,00
Кінотеатри	4,29	4,11	4,20	5,00
Незалежні культурні інституції (Музей Ідей, Дзига тощо)	4,28	4,27	4,27	5,00

(Складено Інститутом міста на основі опитування «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян» у рамках реалізації проекту «Стратегія культурного розвитку міста».)

Як бачимо, загальна оцінка мешканцями культурної інфраструктури та культурних пропозицій є високою, навіть дуже високою, попри те, що жоден показник не досяг максимального результату – 5 балів.

Для того, щоб надати оцінку такого роду закладам, їх слід відвідувати протягом певного періоду часу. У рамках реалізації дослідження соціологи ставили питання і про частоту відвідування вищеперелічених закладів. Результати виглядають наступним чином:

Таблиця 2

Частота відвідування культурних закладів за останні півроку

	Кожного тижня	Раз на два тижні	Раз на місяць	Раз на три місяці	Раз на півроку	Взагалі не відвідував/ла
Театри	0,9	0,9	4,4	13,8	33,7	46,4
Музеї	0,3	1,0	8,3	14,0	20,3	56,1
Галереї	0,5	0,3	7,5	11,3	14,9	65,5
Концертні зали	0,5	0,9	3,9	8,0	27,5	59,2
Кінотеатри	0,6	3,4	10,6	13,2	17,8	54,4
Незалежні культурні інституції (Музей Ідей, Дзига тощо)	0,5	0,3	7,5	11,3	14,9	65,5

Складено Інститутом міста на основі опитування «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян» у рамках реалізації проекту «Стратегія культурного розвитку міста».)

Середнє значення частоти відвідування культурних закладів вираховувалось за шестибальною шкалою, відповідно максимальне значення 6, інтервал 5-6 – означає що вищеперелічені заклади відвідувались раз на півроку і рідше.

Таблиця 3

Середнє значення частоти відвідування культурних закладів

Установи	Значення
Театри	5,18
Музеї	5,22
Галереї	5,36
Концертні зали	5,39
Кінотеатри	5,07
Незалежні культурні інституції	5,35

У підсумку культурні заклади відвідуються львів'янами в середньому не частіше ніж раз на півроку, а то і рідше.

Такий показник ставить під сумнів високу оцінку культурної інфраструктури, надану мешканцями. Йдеться про невідповідність реально здійснюваних культурно-мистецьких практик за умов наявної пропозиції та стратегії поведінки, що відповідає мешканцям культурної столиці України. Іншими словами: культурна пропозиція є – попиту немає. Постає питання про те, що саме стає на заваді львів'янам у частішому відвідуванні культурно-мистецьких заходів. На нього найчастіше отримуємо такі відповіді:

- брак коштів;
- брак часу;
- відсутність інформації;
- відсутність бажання/лінь.

А також до цього переліку можемо додати розбіжність між культурним запитом від населення та культурною пропозицією від міста. Об'єктивність кожної із вищенаведених причин по черзі спробуємо протестувати, спираючись на матеріали того ж соціологічного дослідження та іншу статистику.

Якщо говорити про грошовий аспект проблеми, а саме вартість квитка, то тут йдеться про два аспекти: високу для мешканців вартість по факту, або ж брак достовірної інформації про його вартість. Нижче у таблиці наводимо реальну (в середньому) вартість квитків; вартість квитків на думку мешканців, а також оптимальну ціну, яку готові платити мешканці за відвідування культурних закладів (вартість у таблиці подано в національній одиниці – гривні) [2].

Таблиця 4

Вартість квитків

	Реальна вартість квитка	Вартість квитка на думку львів'ян	Оптимальна для львів'ян вартість квитка
Театри	52	64	45
Музеї	9	22	17
Галереї	4	25	21
Концертні зали	390	114	62
Кінотеатри	30	51	32
Незалежні культурні інституції (Музей Ідей, Дзига тощо)	0	27	19

(Складено Інститутом міста на основі опитування «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян» у рамках реалізації проекту «Стратегія культурного розвитку міста».)

Як бачимо, мешканці Львова по-перше, не володіють реальною інформацією про вартість квитків, отже дійсно не відвідують культурно-мистецькі заклади так часто, щоб мати хоч приблизне про них уявлення, а по-друге, що парадоксально – готові платити за вхід до певних культурних закладів більшу суму, ніж та що є фактично встановленою на даний момент. Яскравий приклад – музеї, незалежні культурні інституції, галереї.

Говорячи про об'єктивну можливість львів'ян відвідувати культурні заклади (зважаючи на те, що в середньому вільний час львів'янина складає 45% від загального часу, вільного від роботи та сну) ситуація є наступною: середньомісячна заробітна плата мешканця міста становить 2300 грн. [3], середня вартість квитка – 80 грн. [4], отже частка вартості квитка становить 3,47% від середньої заробітної плати – цілком реальна вартість для відвідування якщо не щомісяця, то принаймні раз в квартал. Не слід також забувати про незалежні культурні заклади, а також деякі музеї, вхід у які є безкоштовним.

Наскільки можемо судити, львів'яни мають фінансову та часову можливість відвідування культурно-мистецьких закладів, відповідно брак грошей і часу не виступають об'єктивними причинами низької відвідуваності.

Спираючись на дані того ж опитування, фіксуємо наступний розподіл відповідей респондентів на питання про те, чи достатньо їм інформації про культурно-мистецькі заходи що відбуваються у Львові – переважаюча більшість мешканців (74,3%) стверджують що інформації достатньо (відповідно брак інформації відчувають 19% мешканців, а ще 6,7% просто важко визначитись із відповіддю на це питання). Попри таку високу оцінку 50,6% опитаних зазначають, що відчувають потребу в отриманні більшої кількості інформації. Парадоксально, але факт. З цього робимо висновок про те, що інформація про культурно-мистецькі заклади а) таки існує; б) доступна широкій громадськості, але мешканці або просто її не отримують через недоступність каналів передачі, або не звертають на неї уваги.

Висновок із вищенаведеного: брак інформації – не виступає основною причиною низької відвідуваності львів'янами закладів культурно-мистецького характеру, оскільки об'єктивно інформація про останні наявна.

Якщо ж говорити про розбіжність між наявною культурно-мистецькою пропозицією (поданою вище), а також культурними

запитами від львів'ян, ситуація виглядає наступним чином. Згідно з даними соціологічного дослідження «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян» відповідь на питання про те, яких культурно-мистецьких закладів бракує у місті, тобто безпосередній запит від мешканців виглядає наступним чином:

У питанні культурного запиту слід зауважити, що чим старша вікова категорія населення, тим більший акцент робиться на потребі національно-спрямованих заходів. До того ж респонденти, починаючи від 60 років, радше говорять про пропозиції святкувань для молоді, ніж для себе.

Наскільки можна оцінити результати, львів'яни забезпечені більшістю із вище переліченого у запиті, отже вони знову ж таки або просто не мають доступу до інформації про те, що відбувається у місті, або ж просто цим не цікавляться. Власне ця незацікавленість та відсутність самого бажання, потреби, на нашу думку, і виступає найбільш вірогідною причиною невідвідування культурно-мистецьких закладів та заходів.

Стосовно причин низької відвідуваності львів'янами культурно-мистецьких закладів, а також шляхів подолання цієї негативної практики цікаво та конструктивно висловлюється голова Асоціації музеїв та галерей Львова Зеновій Мазурик: «Це є інерційність нашого суспільства, люди не вміють користатись соціокультурним простором міським, громадським простором, що було за СРСР. Він був дещо менший та культурно інакший, але простір громадський для спілкування, комунікації був звужений до мінімуму, люди розмовляли в зонах обмежених. Що пропонувало культурне середовище? Ці інституції тодішні, вони пропонували теми, які містили у собі щось заборонене, езопове, скрите і воно притягувало людей. Навіть тоді трошки люди були активніші, якщо була якась подія, виставка десь чи театральна вистава, була і відповідна якість, то відвідувалось і то було темою розмов. Були певні фрагменти, які людина собі брала як певну альтернативну культурну діяльність, а зараз все пропало, немає таких альтернатив і все дозволено...потреби людей матеріалізуються, звужуються. Потреби є мінімізовані. Хто над цими потребами має працювати? Це завдання школи, завдання сім'ї, Церкви, громадських організацій – формувати потреби. Вони природно не з'являються. Люди які тут мешкають, це люди які мають роботу, зайняті працею...це не є обмеження якісь об'єктивні матеріальні, це є брак потреби, а цю потребу треба якось виховувати, формувати, отут воно якраз дає матеріал для розмірковування тим, хто цю потребу має формувати, бо наші інституції культурні вони є пасивними: доступ до

них є, ціни на квитки в музеї не є високі, але якогось процесу виховання, формування відвідувачів, роботи над розширенням аудиторії відвідувачів немає достатньо. І знову ж таки, формування тих потреб лягає не тільки на культурні інституції, але і на заклади освіти, тобто над тим треба працювати – як сформувати потребу у львів'ян відвідувати інституції культури».

Отож, причина невідвідуваності культурно-мистецьких закладів складається з двох взаємозалежних частин:

- брак естетичної потреби мешканців у відвідуванні культурно-мистецьких закладів;
- пасивність культурно-мистецьких закладів, відсутність мистецького сегменту ринку.

Для вирішення даної проблеми потрібна двостороння та довготривала стратегія. З одного боку йдеться про виховання у населення естетичної потреби до відвідування культурно-мистецьких закладів, тобто стратегічний довготривалий процес виховання естетичного попиту через навчальні заклади, громадські організації, Церкву, сім'ю, та міські важелі - до прикладу мотивуючу соціальну рекламу. З іншого боку - пошук роботи культурно-мистецьких закладів: «Тут дуже багато роботи для різних інституцій: просвітницька робота, лекції різного типу, дискусії, у нас їх бракує... Національний художній музей розробив програму вже на наступний рік для дітей, для різних соціальних категорій. Різні теми, теми інтерактивні: діти оглядають, а потім малюють свої враження, а потім роблять експозицію. Для дорослих: лекції про українську ікону, про українських художників, про зв'язки європейські, про сучасне мистецтво. Є цілі розділи цієї програми активної». – зазначає З. Мазурик.

Висновки та рекомендації, на основі даних соціологічного дослідження та робочих зустрічей по районах можна сформулювати наступним чином: у місті наявна відчутна розбіжність між наявною, але не завжди динамічною культурно-мистецькою пропозицією та самими практиками споживання культури, низькими для міста зі статусом культурної столиці. Проблема низької відвідуваності культурно-мистецьких закладів полягає у відсутності мотивації, потреби, бажання мешканців до їх здійснення, адже усі інші причини, перелічені самими львів'янами та визначені соціологами у ході аналізу результатів дослідження були спростовані іншими об'єктивними факторами, а саме статистичними показниками.

Отож, для підвищення попиту на культурно-мистецький продукт, слід сформувати потребу населення до його споживання, що і є завданням для культурних менеджерів.

Проаналізувавши та систематизувавши зібрану інформацію, ми вивели кілька ключових напрямків роботи для вирішення нагальних проблем, які стоять на заваді культурного розвитку Львова:

- налагодити тісну співпрацю поміж працівниками культури і особами, які планують культурне життя міста. Така співпраця має відбуватися також між міським та обласним управліннями культури і туризму, між державними, громадськими і приватними культурними інституціями. Необхідно відійти від централізованого адміністративного управління та фінансового забезпечення державних закладів культури, що спонукає їх активно включитися у творчу співпрацю на різних рівнях;

- стимулювати розвиток культурного сектору різними шляхами і передовсім удосконаленням професійної інфраструктури – виховати нове покоління культурних менеджерів, модернізувати матеріально-технічну базу закладів культури, створити умови для розвитку і підтримки громадських та приватних культурних ініціатив (на державному та місцевому рівні), забезпечити належну фінансову підтримку;

- створити сприятливі умови для реалізації традиційних культурних проєктів та розвитку альтернативних культур;

- створити централізований доступ до різномірної, вчасної, важливої та потрібної інформації як для культурних діячів, так і для культурних споживачів;

- знайти можливості для обміну досвідом та співпраці з іншими країнами Європи і світу;

- розбудувати інфраструктуру для креативного туризму;

- зберегти культурну спадщину міста в процесі розвитку і змін;

- підвищити загальне громадське зацікавлення культурою та її роль у житті міста;

- залучати львів'ян до процесу культурного планування, зокрема до вироблення візії розвитку Львова;

- створити можливості для проведення різних культурних заходів в усіх районах міста та забезпечити належний доступ до участі в них усіх охочих.

Список використаних джерел:

1. Результати опитування населення України, проведеного Центром соціальних досліджень «Софія» в рамках проєкту «Культурне планування міста».

2. Результаты опитування Інституту міста «Оцінка культурної інфраструктури та культурні практики львів'ян» у рамках реалізації проекту «Стратегія культурного розвитку міста».

3. Офіційний сайт Управління статистики у Львівській області. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/>.

4. Офіційний сайт Львівського Національного Академічного театру опери та балету ім. Соломії Крушельницької. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.opera.lviv.ua/>.

5. Єрмолаєв А. Культурні практики і культурна політика. Актуальні питання соціокультурної модернізації в Україні. – Аналітична доповідь / Єрмолаєв А. – К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2012.

Муртаза Гасаноглу

доктор філософії по політичним наукам,
доцент, преподаватель кафедры Государственной
службы и кадровой политики Академии
Государственного Управления при Президенте
Азербайджанской Республики

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ: НА ПРИМЕРЕ АЗЕРБАЙДЖАНА

Производительность и повышение эффективности производства является центральной проблемой управления предприятием. Воздействие, которое может оказать управление на производительность, наиболее четко проявляется в двух областях: управление человеческими (трудовыми) ресурсами и управление непосредственной производственной деятельностью предприятия. Управление человеческими ресурсами признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способного многократно повысить ее эффективность. Система управления человеческими ресурсами непрерывное совершенствование методов работы с кадрами и использованием достижений отечественной и зарубежной науки и наилучшего производственного опыта. Сущность управления человеческими ресурсами, включая наемных работников, работодателей и других владельцев предприятия заключается в установлении организационно-экономических, социально-психологических и правовых отношений субъекта и объекта управления. В основе этих отношений лежат принципы, методы и формы воздействия на интересы, поведение и деятельность работников в целях максимально эффективного их

использования. При подготовке статьи широко использовались различные литературные труды, в частности Гончарова В.И., Маслова Е.В., Одегова Ю.Г., Халимова М., Белоножкина Т., Хазиева И., Камалова Ю.Г. и т.д.

1. Формирование трудовых ресурсов

Система управления трудовыми ресурсами предприятия представляет собой взаимосвязанную совокупность целей, задач и основных направлений деятельности, а также различных видов, форм, методов и соответствующих механизмов управления, направленных на обеспечение постоянного роста эффективности производства, производительности труда и качества работы.

Под управлением трудовыми ресурсами понимают всю совокупность организационных мероприятий, направленных на оптимальное формирование персонала (трудового коллектива) и полное использование его возможностей и способностей в производственном процессе. Это управление представляет многоэтапный процесс, включающий следующие управленческие действия: а) планирование необходимых трудовых ресурсов для достижения целей предприятия; б) набор персонала и создание резерва персональных кандидатов; в) отбор лучших кандидатов на замещение рабочих мест из созданного в процессе набора резерва; г) определение заработной платы и льгот, отражающих положение на рынке труда и возможности предприятия, а также его заинтересованность в приеме на работу конкретных кандидатов на замещение вакантных рабочих мест; д) профессиональная ориентация и адаптация вновь нанятого персонала; е) обучение персонала трудовым навыкам и повышение его квалификации для эффективного выполнения работы; ж) оценка трудовой деятельности персонала; з) перемещение кадров, в том числе повышение и понижение в должности, перевод на другую работу и увольнение; и) подготовка руководящих кадров для управления предприятием на всех уровнях организационной и производственной иерархии [1, с.370]. В целом управление трудовыми ресурсами включает следующие направления работ: формирование и развитие трудовых ресурсов, а также стимулирование и повышение качества трудовой жизни персонала.

2. Развитие трудовых ресурсов

Руководство предприятия должно постоянно работать над всемерным повышением потенциала персонала. Эта работа должна быть направлена на постоянное обеспечение роста производительности и увеличение ценности человеческих ресурсов предприятия, а также их рационального использования [1, с.375]. Основные методы, применяемые для развития потенциала трудовых ресурсов, предусматривают: профессиональную ориентацию и адаптацию в коллективе конкретного работника при его

приеме на работу, а также обучение трудовым навыкам для эффективного выполнения работы, включая профессиональную подготовку, обучение и повышение квалификации. Профессиональная ориентация и социальная адаптация в коллективе служит надежным средством, позволяющим сделать труд работника более производительным. При устройстве на предприятие новый сотрудник приносит с собой приобретенные на прошлой работе опыт и взгляды, которые могут вписаться или не вписаться в рамки профессиональных требований и сложившихся взаимоотношений в коллективе. Социальная адаптация представляет собой процесс познания отношений власти, осознание ценностей, разделяемых руководством и коллективом, которые определяют внутренний климат предприятия. Серьезное влияние на социальную адаптацию оказывает формирование организационной культуры предприятия [1, с.375].

Профессиональная подготовка сотрудников с целью повышения их квалификации и трудовых навыков необходима предприятию для эффективного выполнения работы, так как имеется постоянная потребность в высокой производительности труда персонала. Одним из способов достижения общего качества трудовых ресурсов является отбор наиболее квалифицированных и способных новых работников, руководство должно также реализовывать программы систематического обучения и подготовки своих сотрудников, помогая полному раскрытию их возможностей на предприятии. Кроме того, предприятие не может быть конкурентоспособным, если его персонал будет иметь навыки выполнения конкретной работы хуже конкурентов. В силу этого подготовка персонала (кадров) должна быть ориентирована на обучение сотрудников навыкам, позволяющим поднять производительность их труда и обеспечить уровень этих навыков, достаточный для того, чтобы делать конкретную работу не хуже конкурентов [1, с.375].

Наиболее распространенными методами подготовки руководящих кадров, зарекомендовавшими себя положительно, являются: (1) Организация лекций, дискуссий в составе небольших учебных групп, разбор конкретных деловых ситуаций и изучение литературы, участие в деловых играх и тренингах. Вариантами этого метода являются организуемые ежегодно курсы и семинары по проблемам управления, повышение профессиональных знаний в рамках конкретного бизнеса (отрасли) [1, с.376]; (2) продвижение по службе с учетом более полного использования конкретных возможностей сотрудников; (3) подготовка руководящих кадров в процессе их работы путем временного замещения руководителей различного уровня и обучение их в школах резерва.

Управление продвижением по службе осуществляется через

конкретные программы, которые помогают предприятию использовать способности своих сотрудников наиболее полно и продуктивно. Для сотрудников такие программы обеспечивают возможность эффективно проявить себя, наиболее полно раскрыть свои способности.

3. Повышение качества трудовой жизни персонала

Этот термин появился в США и отражает одну из важных разработок в области управления человеческими ресурсами, суть которой связана с созданием программ и методов повышения качества трудовой жизни. Авторы разработки Дж. Р. Хекман и Дж. Слайд Саттл определяют качество трудовой жизни как «ту степень, за которой члены производственной организации могут удовлетворять свои важные личные потребности через посредство их работы в этой организации» [2, с.204]. В США внимание к проблеме качества трудовой жизни стимулировали несколько общественных и частных организаций (Национальный центр качества трудовой жизни, Институт труда Америки, Огайский центр трудовой жизни). Интерес к качеству трудовой жизни распространился и в странах Западной Европы.

Высокое качество трудовой жизни характеризуется, по мнению авторов этого направления исследований, определенными факторами, отражающими характеристики самой работы, ее организацию и отношение к персоналу высшего руководства организации. Прежде всего, работа должна быть интересной и рабочие должны получать справедливое вознаграждение и признание своего труда. Рабочая среда должна быть чистой, иметь благоприятные экологические условия с учетом прогрессивных медико-биологических норм. Должны быть обеспечены необходимые средства бытового и медицинского обслуживания сотрудника и его семьи. Важное место в определении качества трудовой жизни персонала занимают взаимоотношения руководства и персонала в процессе работы, в том числе надзор со стороны руководства должен быть минимальным, но осуществляться всегда, когда в этом возникает необходимость. Рабочие должны принимать участие в принятии решений, касающихся их работы. Также должны быть обеспечены гарантии работы и развитие дружеских взаимоотношений с коллегами [2, с.204].

Качество трудовой жизни персонала можно повысить, изменив некоторые организационные условия (параметры, определяющие эти условия), влияющие на людей. Это затрагивает уже рассмотренные ранее методы, в том числе децентрализацию управления, участие в вопросах руководства, обучение, подготовку руководящих кадров, программу управления продвижением по службе, обучение работников методам более эффективного общения и поведения в коллективе и т.д. Меры по

повышению качества трудовой жизни должны быть направлены на то, чтобы дать людям дополнительные возможности для удовлетворения своих активных личных нужд при одновременном повышении эффективности деятельности организации.

4. Воздействие ИКТ на развитие человеческих ресурсов в Азербайджане

В Современном периоде информационно-коммуникационные технологии став одним из основных факторов, имеют большое влияние на развитие общества, сферы государственных структур и институты гражданского общества, социальную и экономическую сферу, науку и образование, культуру и образ жизни людей. Многие развитые и развивающиеся страны в полной мере пользуются преимуществами, созданными информационно-коммуникационными технологиями, добиваются больших достижений в экономической сфере. Уровень применения информационно-коммуникационных технологий, является показателем прозрачности в государственном управлении, интеллектуального и научного потенциала каждой страны, ключевым показателем развития демократии.

По Концепции Развития «Азербайджан 2020: видение будущего» в 2020 году в Азербайджане космическая отрасль, развитие наземных и беспроводных коммуникаций, электронное правительство и борьба с киберпреступностью выйдет на высокий уровень. Для проведения мониторинга всех этих и других природных и экологических процессов, повышение эффективности вмешательства в стихийные бедствия, одним словом Азербайджан подготовит почву для развития научных технологий.

Согласно упомянутой Концепции предусмотрены такие основные приоритетные должности: обеспечение перехода к информационному обществу; построение экономики, основываясь на знаниях ИКТ; расширение применения ИКТ в государственных и местных органах власти; развитие электронных услуг; развитие Национального центра в области Электронной безопасности; обеспечение общества информационными продуктами и услугами в полной мере; усиление конкурентоспособности и экспортно-ориентированных возможностей ИКТ.

Концепция должностей для выполнения обязательств в области развития ИКТ предлагает следующее: (1) применять скидки по налоговым и таможенным ставкам предприятиям, производящим ИКТ, информационные и научно-технологические средства; (2) создание одинаковых условий конкуренции на рынке ИКТ для предприятий; (3) совершенствование законодательства, связанное с ИКТ; (4) для изучения ИКТ технологий наряду с осуществлением в школах программы «1

ученик – 1 компьютер», переход также университетов к электронным средствам (компьютер, электронная доска, проектор и др.); (5) для создания и совершенствования высокого уровня информационных средств нужна подготовка, обучение и повышение квалификации специалистов в этой области.

Образование является одним из наиболее эффективных инструментов в борьбе с коррупцией, которую рассматриваем как одну из главных причин отсутствия глубоких социально-экономических трансформаций. Благодаря системе образования ценности, этические нормы преобразовываются в более правильные формы. Одним из важных вопросов для хорошей работы эффективной работы власти является своевременное обучение и подготовка государственных кадров. В то же время, формирование системы ценностей является одним из важных методов борьбы с коррупцией во время подготовки государственных работников. В качестве примера, правовые и моральные ценности национальные и духовные ценности, общечеловеческие ценности, передача опыта гражданской службы старшего поколения молодому, процесс принятия решений и, в то же время, государственная деятельность в этой области, все это должно быть донесено до государственных работников посредством образования, и это приведет к развитию системы.

В сферу образования для борьбы с коррупцией наиболее оптимальным является внедрение следующих предложений: в сфере высшего образования, в том числе и качество высшего образования, должна быть обеспечена замена государственного контроля социальным; разработка механизма общественного контроля с участием соответствующих государственных учреждений и организаций гражданского общества; формирование соответствующих учреждений, которые смогут проводить общественный контроль за качеством высших учебных заведений и обеспечение укрепления их институционального потенциала; обеспечение создания соответствующих структурных разделов с целью изучения требований рынка на уровне высших учебных заведений; обеспечение прозрачности процедур сертификации, которые позволят профессиональное развитие карьеры учителей и обеспечение между ними профессиональной конкуренции; повышение качества образования в высших учебных заведениях и существенное повышение зарплаты учителям, в качестве важной части всеобъемлющих мер по борьбе с коррупцией и т.д.

Список использованных источников

1. Гончаров В. И. Менеджмент: Учебное пособие, - Мн.: Мисанта,

2003. - 624 с.

2. Одегов Ю.Г., Журавлев П.В «Управление персоналом», - М.: «Финстатинформ», 2004.

3. Гутгарц Р.Д. Управление мотивацией и стимулирование персонала // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. - № 1. – С. 47-48.

4. Свергун О., Паас Ю., Дьякова Д. HR-практика. Управление персоналом. СПб.: Питер, 2005. – 319с.

5. Одегов Ю.Г., Карташова Л.В. Управление персоналом. Оценка эффективности. М.: Экзамен, 2005. – 256с.

6. Интегрирующая в Европу политика занятости в Азербайджане. Баку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.asan.gov.az/az/content/view/265/2197>.

Тенетко Н.Ю.

студент-магістр, кафедра менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв

ВПЛИВ БРЕНДИНГУ НА СТАН СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

Сучасні тенденції до світової глобалізації унеможливають закриті функціонування мистецтва будь-якої країни та ставлять певні вимоги щодо розвитку країн загалом. Одним із найважливіших аспектів, який є необхідним для міжнародної діяльності України є наявність сформованого бренду в мистецтві [2]. Україна є державою пострадянського простору, тому розвиток і формування її мистецького іміджу на світовій арені вимагає особливого підходу, стратегічного планування та організування у багатьох сферах розвитку держави. За сприятливого географічного розташування та наявності багатой історико-культурної спадщини, Україна все ж зазнає несприятливого впливу як внутрішніх, так і зовнішніх чинників [5].

Актуальність проблеми формування бренду в мистецтві України в сучасних умовах зумовили велику кількість наукових праць та досліджень як серед вітчизняних, так і іноземних науковців. Значну увагу розвитку бренду приділили такі вчені, як Дж. Енджел, Ф. Котлер, Дж. Майерс, П. Родькін, А. Тараненко, А. Федорів, С. Анхольт, М. Хейг та ін. [1].

Брендинг є однією з ключових характеристик продукту культури. Так як колекціонери мистецтва не завжди можуть знати «value code», вони із зрозумілої причини не довірятимуть своїм власним судженням про той чи інший твір сучасного мистецтва. Тому їх рішенням буде звернутися за допомогою до брендингу.

Колекціонери надають фінансову підтримку брендовим дилерам, роблять ставки на брендovих аукціонах, відвідують брендovі арт-ярмарки і шукають брендovих художників. В маркетингові та менеджерів сфери мистецтва існує таке твердження: «Ти ніхто в сучасному мистецтві, поки ти не бренд».

Зазвичай концепцію брендингу як напряду просування товару розглядають на прикладах відомих корпорацій чи компаній, адже він додає індивідуальність, цінність і відмінні ознаки продукту або сервісу.

Брендинг – це кінцевий результат розумного маркетингу і PR, а також функціональних можливостей, які створюються компанією протягом довгого часу за допомогою споживачів і мас-медіа. Успішний брендинг створює цінність марки, ту преміальна націнку, яку ви захочете платити за брендovий товар, бажаючи бути його власником. Цінність марки дуже впливає також і на ціноутворення в галузі мистецтва.

У сучасному мистецтві приріст вартості виходить від брендovих аукціонних будинків «Sotheby's» та «Christie's». Вони асоціюються зі статусом, якістю і знаменитими багатими покупцями. Індивідуальність цих аукціонів відрізняє їх і мистецтво, яке вони продають, від конкурентів.

Що покупець сподівається придбати, коли робить ставку на престижних вечірніх торгах в «Sotheby's»? Багато чого: звичайно ж, картину, але також і скласти нове враження на світову публіку. Як вказав Роберт Лейсі в книзі про «Sotheby's», покупець робить ставку на клас, на підтвердження свого відмінного смаку.

Музей сучасного мистецтва (МСМ), Музей Гутгенхайма і Тейт Модерн – брендovі галереї, які володіють абсолютно іншими статусами в порівнянні з музеями Портсмута або Цинциннаті. Коли МСМ виставляє роботу художника, він приховує також елемент брендингу, надаючи роботі цього художника такий «шик», який у світі мистецтва називають «провенансом».

Бренд МСМ пропонує покупцям впевненість, адже твір мистецтва, який коли-небудь було показано в музеї або він був частиною експозиції, вже має високу ціну завдяки провенансу.

Дилери сучасного мистецтва, зокрема, такі як Ларрі Гагосян, є шанованими брендами, які відрізняють «своє» мистецтво і художників від сотень і тисяч інших галерей. Вони укладають угоди на первинному і вторинному ринках сучасного мистецтва.

Первинний арт-ринок передбачає твір, куплений безпосередньо у художника, який продає його вперше.

Вторинний ринок – це «resale»: купівля, продаж, торг серед колекціонерів, дилерів і музеїв (цьому ринку віддають перевагу більшість

дилерів). Деякі колекціонери, наприклад, Чарльз Саатчі, і художники Енді Уорхол, Демієн Хйорст і Джефф Кунс також досягли статусу впізнаваного і шанованого бренду. Велике значення відіграє також мотивація, яка змушує споживача робити ставки в брендovих аукціонних будинках або купувати предмети мистецтва від брендovого дилера, або віддавати перевагу мистецтву, яке сертифіковане брендovим музеєм.

Однак, при залученні брендovого гравця практики світу мистецтва змінюються. Ціна, яку призначає дилер за роботу нового художника, заснована на репутації галереї та обсязі роботи, а не на якості товару.

Нових художників не називають новими, але «емерджентними», що в світі мистецтва значить «невідомий» і «недорогий». Робота такого невідомого художника може продаватися за 5000 \$ в одній галереї й за 15000 \$ в брендovій галереї, і це не вважається дивним, адже три речі, які надають твору вартість – це марка дилера, субститут вибору дилера і рішення колекціонера.

Клієнти Ларрі Гагосяна можуть купити все, що виставляється на продаж будь-якими способами – по телефону, через Інтернет, навіть не бачачи витвір мистецтва. Марка дилера часто є причиною вибору або естетичного судження. Коли художник стає брендovим, всі його роботи, незалежно від того, які вони за якістю, технікою, ідеєю, сприймаються публікою належним чином.

Наприклад, робота японського концептуаліста Он Каварі з серією картин «Today», яка включає картину з намальованою на полотні датою, була продана за 310 000 фунтів стерлінгів на аукціоні «Крістіс» у Лондоні в 2006 році. Нью-Йорк і Лондон – це два серця світового арт-ринку, де брендинг більш чіткий і важливий, де живуть і працюють багато дилерів, де видаються журнали і газети про мистецтво. Тому ці два міста самі по собі є брендovими, і завдяки правильним піар-технологіям на міжнародному арт-ринку працюють тисячі художників і організацій.

Філіп Котлер і Джоанн Шефф вважають, що метою організації арт-ринку є надання продукту широкій аудиторії. Саме тому вони постійно отримують нові товари, не будучи абсолютно впевненими в їх комерційному успіху.

З наведених вище думок можна зробити висновок, що на арт-ринку брендovі організації штучно створюють потреби публіки в певному культурному продукті, вкладають час і фінанси з метою навчити і культурно розвинути широку публіку, налаштувавши її на сучасні тренди «контемпорарі». Таким чином, мистецькі заклади та організації постійно проводять моніторинги мінливих в суспільстві і культурному просторі тенденцій мистецтва, бо він цього буде залежати рівень попиту на товари мистецтва.

Список використаних джерел:

1. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є.В. Савельєв, С.І.Чеботар, Д.А.Штефанич та ін.; За ред. Є.В.Савельєва – К.: Знання, 2008. – 420 с. (Вища освіта XXI).
2. Родькин П. Промышленный бренд будущего. Визуальная революция в эпоху атомного ренессанса / П. Родькин. – М.: Форум, 2009. – 112 с.
3. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход (RETAIL MANAGEMENT) / Берман Б., Эванс Дж. – М.: Вильям, 2003. – 1184 с.
4. Энджел Дж. Поведение потребителей: Учебное пособие / Дж. Энджел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – СПб.: Питер, 2007. – 944 с.
5. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Методика создания гениальных идей / Ф.Котлер, Триаз де Без Ф. – М., 2006. – 458 с.
6. Майерс Дж. Рекламный менеджмент / Джон Дж. Майерс, Раджив Батра, Дэвид А. Аакер. – М.: Вильям, 2004. – 784 с.
7. А.Тараненко Design Tomorrow: Украина – бренд / А.Тараненко // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 7-8. – с.59-61.
8. Федорів А. Бренд Україна. Виклик для бізнесу [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.innovations.com>.
9. Хейг М. Крупнейшие ошибки брендинга / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: ИД “Нева”, 2003. – 192 с.
10. Старостіна А. Міжнародний імідж України: сутність, фактори формування, рівні сприйняття / Старостіна А., Кравченко В., Личова Г. // Маркетинг в Україні. – 2010. – №4. – С. 61–66.

Мокій А.І.

д. е. н., професор, проректор ЗІЕІТ, провідний науковий співробітник РФ НІСД у м.Львові

Дацко О.І.

к.е.н., к.т.н., доцент кафедри менеджменту мистецтва Львівської Національної академії мистецтв

КУЛЬТУРНА ПАРАДИГМА БЕЗПЕКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Культура, у її першочерговому тлумаченні, визначалася як обробіток землі. Саме це визначення відображало, що культура

дозволяє забезпечити взаємодію з природою, що забезпечувало виживання людства. З часом поняття культура істотно трансформувалося і на сьогодні у глобальному просторі культуру (в широкому розумінні цього поняття) на Всесвітній конференції про культурну політику, окреслено сукупність своєрідних духовних матеріальних, інтелектуальних та емоційних аспектів, які характеризують суспільство або суспільну групу. Вона включає не лише літературу, мистецтво, але і способи життя, основні права людини, системи цінностей, традиції та віросповідання” [1; 2]. Також окремі науковці під «культурою» мають на увазі простір смислів, які усталені для визначеного суспільства і формують простір культури.

Втім, культура, це не лише простір. Культура також є системою ціннісних критеріїв і культурних кодів суспільної взаємодії і внутрішніх переконань, критеріїв відповідальності, яка забезпечує виживальність суспільства. Суспільство як жива система має дві основні цілі розвитку:

- збереження і ретрансляція генетичного коду;
- формування достатніх енергетичних ресурсів для забезпечення цього збереження і ретрансляції.

Цим пріоритетам повинні бути підпорядковані усі суспільні системи, у тому числі і соціально-економічного розвитку. Хоча забезпечення досягнення цих двох критеріїв виживальності дає, передусім, культура. Окремі дослідники говорять про існування культурного коду, як базисного ідентифікатора нації.

Культурний код - ключ до розуміння даного типу культури [3]; унікальні культурні особливості, що дісталися народам від предків; це закодована в якійсь формі інформація, що дозволяє ідентифікувати культуру.

Культурний код визначає набір образів, які пов'язані з певним комплексом стереотипів у свідомості. Це культурне несвідоме - не те, що говориться або чітко усвідомлюється, а те, що приховано від розуміння, але проявляється у вчинках. Ще П.Гільтебрандт визначав, що культурний код нації допомагає розуміти її поведінкові реакції, визначає народну психологію [4].

М.Степико відзначає, що як історичний феномен нація є соціокультурною, економічною, політичною та комунікативною єдністю людей, що забезпечує їм цивілізоване життя в межах світової спільноти. Нація створює життєздатне суспільство й державу, які гарантують його безпеку та життєві інтереси. У сучасному світі саме нація виконує функцію носія мети (національна ідея) розвитку суспільства в цілому [5].

Кожен народ формує свою культурну парадигму як культурну систему форм, уявлень та цінностей, які відображають його видозміну, історичний шлях, заради досягнення мети функціонування. І ця

культурна парадигма формується на триангулярній взаємодії людини суспільної групи і природи (рис.1):

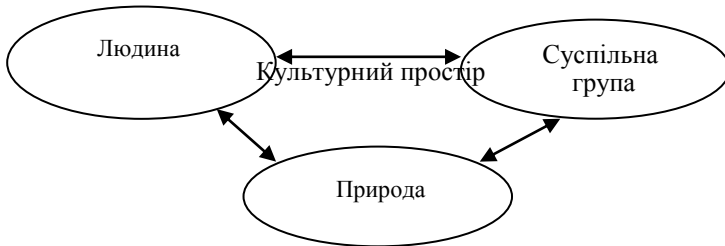


Рис.1. Формування культурного простору
Складено авторами

Ефективна модель життєдіяльності суспільства формується впродовж багатьох століть. Такою культурною парадигмою виживання народу стала етнічна культура, поєднана з релігією. Етнічна парадигма кожного народу охоплює такі виміри:

- формування генетичного коду (його покращення), яке відбувається через усвідомлену відповідальність і забезпечення чинним поколінням ефективного фізичного і духовного розвитку;
- ефективна ретрансляція генетичних кодів через суспільні інститути (сім'ю, територіальну);
- наявність та ефективне використання ресурсного потенціалу, який забезпечує реалізацію двох перших компонент.

Зокрема, культурні коди суспільної взаємодії формуються по відношенню до таких ресурсів розвитку (табл. 1).

Культура – це простій взаємодії людини з природою, іншими людьми, а також її праця, пов'язана з трансформуванням ресурсів розвитку. Саме культурні цінності визначають спосіб і можливість життєдіяльності суспільної групи, вектори її розвитку, пріоритети використання ресурсного потенціалу суспільства і пріоритети економічної діяльності.

Тому безпековим критерієм розвитку кожного суспільства є не лише збереження генетичних кодів і їх ретрансляція, але також формування ідеологічної основи суспільного життя. Саме ця ідеологічна основа дає змогу сформувати відповідальність за результатами життєдіяльності як окремої людини, так і суспільної групи, забезпечити позиціонування пріоритетності суспільного, а не особистісного добробуту і розвитку, передусім в економічній діяльності.

Таблиця 1

Характеристика енергетичного потенціалу для виживання суспільної групи

Вид ресурсів Характеристика	Природні	Людські	Технологічні	Інфраструктурні	Інформаційні	Фінансові	Соціальні	Матеріальні (штучно створені)	Культурні
За ступенем вичерпності	Вичерпні або відновні, зменшуються кількісно і якісно при використанні	Вичерпні або відновні. Інтелектуальний ресурс - невичерпний	Невичерпні. При використанні сприяють їх же ж розвитку	Вичерпні або відновлювані. Зменшуються кількісно і якісно при використанні	Невичерпні, кількісно не зменшуються при використанні	Невичерпні і. Не мають самостійної цінності	Невичерпні, відновні, зростають при використанні	Переважаючі вичерпні, зменшуються кількісно і якісно при використанні	Залежно від походження відновні або невідновні, одно або багаторазового використання.
За можливістю повторного використання	Переважаючі одноразове використання	Багаторазового використання	Переважаючі багаторазового використання	Переважаючі багаторазового використання	Багаторазове використання	Багаторазового використання	Багаторазового використання	Переважаючі одноразове використання	Багаторазове використання, є суспільним благом
За терміном придатності	Для основних природних ресурсів термін придатності необмежений	У економіці – період працездатності людини.	Переважаючі необмежені. Має тенденцію до морального застарівання	Обмежений термін використання. Притаманна фізична і моральна зношеність	Притаманна тенденція до морального застарівання, потребують оновлення	Багаторазового використання	Потребують оновлення	Обмежений термін придатності	Залежно від виду. Для більшості нематеріальних ресурсів - необмежений. Для матеріальних – визначається терміном придатності матеріалів Потребує постійної суспільної підтримки
За терміном економічної окупності	Середня і швидка окупність	Швидкоокупні (за умови ефективної економіки)	Переважаючі швидкоокупні	Переважаючі довгоокупні	Швидкоокупні	Швидкоокупні	Довгоокупні	Переважаючі швидкоокупні	Довгоокупні

Складено авторами

Таким чином підсумуємо, що культурна парадигма – це сформована суспільною групою система смислів, цінностей, які дозволяють забезпечити збереження свого генетичного коду, а також економити і захищати ресурси розвитку як на сучасному етапі, так і в майбутньому, формувати такий культурний простір, який сприяє передачі ефективній передачі генетичної інформації, знань і досвіду, що в сукупності дозволяє не лише на теперішньому етапі розвитку, але і у майбутньому забезпечити генетичний розвиток всієї суспільної групи.

У цьому сенсі етнічна культура є парадигмою окремого народу, сформованою у визначених соціокультурних, кліматичних, політичних умовах, яка апробована часом і забезпечує виживальність суспільної системи. Втім, недоцільно лише зберігати здобуті знання. Ефективна культурна парадигма передбачає постійний розвиток, пошук нових механізмів боротьби і розуміння світу, які дозволяють виокремити і передати прийдешнім поколінням генетичні коди та інформацію про безпечні коди культурної взаємодії. Ось чому культурна політика – є базисом розвитку держави, нації.

Список використаних джерел:

1. Матеріали конференції “Про культурну політику”, Мехіко, Мексика (6 серпня 1982р.) К.: Британська рада в Україні, 2002р. – 56 с.
2. Гильтебрандт П. А. Мысли о народной психологии // Филологические записки. Воронеж, 1864.
3. Culture Matters: How Values Shape Human Progress / Lawrence E. Harrison, Samuel P. Huntington Basic Books, 2001. - 384 p.
4. Дацко О.І. Культура як чинник сталого розвитку регіонів: європейський досвід / О.І. Дацко // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ: [сб. науч. трудов]. – Донецк: ДонНУ, 2009. – Т.1. – С. 224-230.
5. Степико М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія / М. Т. Степико. – К. : НІСД, 2011. – 336 с.

ЗМІСТ

Пилип'юк В. В. Документалізм і художність як збагачення духовної культури	3
Засадко В. В. Розвиток міської інфраструктури в контексті забезпечення економічної безпеки урбанізованих територій	8
Журавльов О.В. Місце і роль культури в трансформації економічних систем	11
Pankratova E., Pankratova M. Role of ecological constituent in assessment of population's life quality	15
Natrobina O. Gender differences in educational achievement	20
Муха О.О. Основні поняття фразеології та її класифікації	24
Безик Г.І. Особливість декору та художні етномистецькі традиції в оздобленні народного костюму Закарпаття міжвоєнного періоду ХХ ст.	27
Більський І.Б. Стратегія диверсифікації аграрного виробництва в сучасних економічних умовах	31
Chirun S. Network structures and informal communication system public administration	36
Матійчук О.І. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств АПК як передумова гармонійного розвитку сільських територій	41
Харченко Л.В. Прикладний характер сучасної міфотворчості в контексті політичних реалій українського суспільства	44
Чех М. М., Польовська В.Т. Імпортозаміщення в Україні: доцільність і перспективи реалізації	48
Боричок Т.В. Порівняння концепцій походження світобудови у науці та прадавніх легендах	54
Когут І. В., Боричок Т. В. Привабливість проєктів регенерації закинутих споруд у Львівському регіоні	57
Терещенко А. Історико-суспільні передумови необхідності збереження та актуалізації історико-культурних пам'яток у життєдіяльності суспільства у ХХІ столітті	60
Поліщук М. О. Аналіз ефективності використання засобів реклами театрами з огляду впливу на цільову аудиторію	64
Глушко М. І. Тенденції розвитку мистецьких часописів періоду незалежної України	69

Кушнірецька О.В. Культурний менеджмент як інструмент підвищення потенціалу реалізації культурної метрополійної функції обласних міст-метрополій	73
Гатілова К.В. Стан та перспективи розвитку культурно-дозвіллевих закладів Львова	76
Гасаноглу М. Управление человеческими ресурсами: на примере Азербайджана	84
Тенетко Н. Ю. Вплив брендингу на стан сучасного мистецтва	90
Мокій А.І., Дацко О.І. Культурна парадигма безпеки соціально-економічного розвитку	93