

3. Пономаренко В. С. Логістичний менеджмент [Електронний ресурс]: Підручник / В. С. Пономаренко, К. М. Таньков, Т. І. Лепейко. За ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. – Режим доступу : [http://pidruchniki.com/71687/logistika/logistichniy\\_menedzhment](http://pidruchniki.com/71687/logistika/logistichniy_menedzhment) – Загол. з екрана.

4. Сутність та місце логістичного менеджменту [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://pidruchniki.com/68011/logistika/sutnist\\_mistse\\_logistichnogo\\_menedzhmentu](http://pidruchniki.com/68011/logistika/sutnist_mistse_logistichnogo_menedzhmentu) – Загол. з екрана.

**Кравчук І.,**  
магістрант Київського університету культури

### **СИНТЕЗ МОДИ І МИСТЕЦТВА ЯПОНІЇ**

Сучасна мода – явище багатогранне та різновекторне. Проте слід зазначити, мода є своєрідною візитівкою історичного, економічного та соціального, культурного, мистецького розвитку народу, нації. Сучасне мистецтво і мода, синтезуючись одне в одне почали формувати унікальне культурне середовище яке за певних умов починає стрімко розвиватися і формувати нові вектори культурної взаємодії. Для європейської культури довгий час Східна Азія залишалась закритою культурою. Однак унікальність та своєрідність східних народів не могла довгий час залишатися не розкритою. Економічні та політичні зв'язки розкрили вишуканість, велич та унікальність культур народів Східної Азії. У межах нашого дослідження ми спробуємо проаналізувати синтез моди і мистецтва такої країни як Японія.

Перш ніж розпочати детальний аналіз синтезу моди і мистецтва Японії встановимо сутність самих понять „мода” і „мистецтво”. У „Великому тлумачному словнику сучасної української мови” термін „мода” тлумачиться як „Недовготривале планування в суспільстві певних смаків, що виявляються у зовнішніх формах побуту, особливо в одязі” [1, с. 683]. Щодо сутності терміну „мистецтво”, то переважна більшість наукових, фахових видань тлумачать вказане поняття як „...творче відображення дійсності в художніх образах, творча художня діяльність, сфера творчої художньої діяльності” [2, с. 501].

Аналізуючи взаємодію моди і мистецтва у контексті репрезентацій спільних надбань, О. М. Лагода зазначає, що „Мода розглядається як специфічне явище, плід європейського модернізму, що надає можливість авторам полемізувати з поширеною думкою, згідно якої мода – молодший, неповноцінний і дещо фривольований „Інший” для мистецтва” [3, с. 21]. Надалі авторка пропонує висновок у якому акцентує увагу на тому, що „мода і мистецтво – це два автономні світи. Дизайнери створюють цілісні колекції та капсульні лінії, присвячені творчості видатних художників або окремим напрямам у мистецтві, інтерпретуючи й переосмислюючи їх” [3, с. 26].

Аналогічні погляди простежуються і в роботі М. С. Машедо, що присвячена дослідженню мистецтва як джерела інспірації в моді у якому автор наголошує на тому, що „Мода за своєю сутністю є образним, візуальним видом мистецтва. Такі засоби виразності як світло, колір, колорит, світлотінь, перспектива надають можливість художникам-модельєрам виразити власне ставлення до предмета та представити його бачення” [4, с. 249].

Проведений аналіз понять „мода” і „мистецтво” дає нам підстави свідчити про факт не лише синтезу зазначених феноменів у соціокультурному розвитку людства, а й їх взаємодоповнення. А тому перейдемо до розгляду вказаного синтезу у контексті культурного та мистецького розвитку Японії.

Слід звернути увагу на той факт, що дослідження питань розвитку мистецтв у Японії не можливе навіть у межах окремої самостійної статті. Культурний досвід і надбання цієї країни досліджувались упродовж багатьох століть і містять колосальний теоретичний формат наукових робіт. Для початкового етапу нашого дослідження нам вистачить загальної характеристики поданої у посібнику „Історія зарубіжного мистецтва” за редакцією М. Т. Кузьміної та Н. Л. Мальцевої. Характеризуючи мистецтво Японії автори наголошують на тому факті, що „Витоки японського мистецтва починаються з 5-4 тисячоліття до н. е. Проте найбільш значний внесок японської культури в світову культуру було зроблено в епоху середньовіччя. Іноземна взаємодія органічно поєдналася з місцевими народними традиціями, змінюючись, сприяла створенню оригінального й високо за своїм рівнем мистецтва” [5, с. 170].

Вивчаючи японські прикладні мистецтва як механізм гармонізації освіти і особистості, Г. Ю. Зіновева звертає увагу на значущість такого явища як культура. Авторка наголошує на тому, що „Культура – продукт духовного і матеріального виробництва кожної конкретної нації, що відрізняє її від інших. В основі національної культури лежать традиції народу, однак, національну культуру не можна обмежувати лише рамками традиційного, тому, в ній постійно відбувається взаємодія старого і нового, поряд із національними особливостями в ній існують і розвиваються загальнолюдські поняття, які стають надбанням інших народів” [6, с. 81]. Надалі дослідниця акцентує увагу на тому факті, що „Найбільша особливість японського мистецтва і культури взагалі полягає у філософії гармонії. В Японії надзвичайно поширеною є ідея гармонійного, дружнього, багатого співіснування природи з людиною, пошуку і досягнення гармонії в самому собі” [6, с. 81].

Вдалим доповненням до зазначеного можна вважати наукову позицію С. Т. Триколенко у якій розкривається історія військового костюму Японії. Досліджуючи мистецтво війни автор зазначає, що „Потягом багатьох століть японська мода не зазнавала принципових змін, і для сучасної Японії традиційне вбрання є незамінним й необхідним атрибутом релігійного та світського церемоніалу. Загалом характеризувати японське мистецтво і побут можна

фразою „все зайве – все потворне”: розкіш має бути прихованою, потаємною; прикрашання повинно ґрунтуватися на функціональності” [7, с. 142].

Досліджуючи костюм як відображення діалогу східної та західної культури, Ю. А. Шевченко визначає характерні особливості синтезу моди і мистецтва у Японській культурі: „Для мистецтва Сходу властива не лише елегантність і вишуканість, але й суворість форм у лінії, малюнках і в складках одягу. Японський костюм (жіночий і чоловічий) з естетичної точки зору є протиріччям явищ: він не повторює форми тіла, а є начебто декорацією; форма, колір, орнамент костюма приховують пропорції фігури” [8, с. 280].

Без заперечень найбільш поширеним традиційним японським костюмом є кімоно. У ньому гармонійно поєднано історію японської моди і японського мистецтва. Аналізуючи проблеми атрибуції японського традиційного костюму, С. Б. Рибалко констатує: „Одяг для японців – регламентована, але водночас гнучка система. Важливо розуміти практику використання кімоно, яке може бути не тільки формальним чи неформальним, призначеним для чоловіка чи жінки, або дитини. Кімоно може виконувати функцію пересувної перегородки на кшталт ширми, коштовної прикраси для споглядання та навіть...ковдри” [9, с. 82]. За такої характеристики національного одягу та відповідно моди на нього автор робить висновок, що „...японське вбрання – не стигле явище, а скоріш гнучка система, де постійно відбуваються рекомбінації смислів, що знаходить вираз у пропорціях кімоно та його оздобленні” [9, с. 84].

Таким чином, узагальнюючи проведені дослідження синтезу моди і мистецтва Японії, можемо констатувати факт гармонійного розвитку зазначених культурних феноменів які суттєво збагачують націю у духовному і естетичному розвитку. Така позиція визиває захоплення і відповідну зацікавленість, що і підтверджує популярність японської моди і мистецтва у європейському культурному просторі.

### Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.; Ірпінь: ВТФ „Перун”, 2002. – 1440 с.
2. Енциклопедія освіти / АПН України; голов. ред. В. Г. Кремень; [заст. голов. ред. О. Я. Савченко, В. П. Андрущенко; відп. наук. секр. С. О. Сисоєва]. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
3. Лагода О. М. Мода і мистецтво: взаємодія в контексті репрезентацій / О. М. Лагода // Дизайн і дизайн-освіта. – № 1. – 2014. – С. 20–26
4. Машедо М. С. Производство искусства как источник инспирации в моде / М. С. Машедо // <http://repository.buk.by>
5. История зарубежного искусства: Учебник для средних художественных заведений: [Под общ. ред. М. Т. Кузьминой, Н. Л. Мальцевой]. – М.: «Искусство». – 1971. – 472 с.

6. Зінов'єва Г. Ю. Японські прикладні мистецтва як механізм гармонізації світу і особистості / Г. Ю. Зінов'єва // Наукові праці: Педагогічні науки / Чорноморський держ. ун-т ім. Петра Могили. – Миколаїв, 2009. – Т. 108, Вип. 95. – С. 81–83.

7. Триколенко С. Т. Мистецтво війни / С. Т. Триколенко // Молодий вчений. – № 10 (13). – 2014. – С. 142–145

8. Шевченко Ю. А. Костюм как отображение диалога восточной и западной культур / Ю. А. Шевченко // Научный потенциал регионов на службу модернизации. – Астрахань: АИСИ, 2011. – С. 279–282

9. Рибалко С. Б. Японський традиційний костюм: проблеми атрибуції / С. Б. Рибалко // Вісник ХДАДМ «Образотворче мистецтво». – № 1. – 2014. – С. 81–84

**Крилова Є.О.,**

студентка III курсу факультету менеджменту і бізнесу ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Гарбар Г.А. доктор філософських наук, професор кафедри музичного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв

## **СУЧАСНЕ КУЛІНАРНЕ МИСТЕЦТВО**

В сучасних ринкових умовах ефективна діяльність готельно-ресторанного бізнесу залежить не тільки від концепції ресторану, бездоганного сервісу, цікавого інтер'єру і цін, а в першу чергу від наявності інноваційної сучасної кухні. Швидкий темп розвитку сучасного світу змусив створити різні види інноваційного маркетингу в ресторанах і готелях для привертання уваги гостей. Кулінарія неймовірно швидко видозмінилася за останнє століття, перетворившись на сьогоднішній день в нову тенденцію розвитку кулінарного мистецтва – креативну або молекулярну кухню.

Їжа – нині бренд, тому тема молекулярної кухні на сьогодні дуже актуальна. «Молекулярна кухня» дозволяє змінити зовнішній вигляд практично будь-якого продукту на молекулярній основі. Це дає можливість створити новий етап історії створення інновацій в харчовій промисловості завдяки нанотехнологіям та законам фізики і хімії.

Вагомий внесок у розвиток теорії інноваційного маркетингу та вирішення проблемних питань послуг ресторанних підприємств внесли такі зарубіжні вчені, як Ф. Котлер, О. Рафаель, Дж. Боуэн, Дж. Майкенз, Дж. Уокер, а також