

2. /ZNOclub.com/https://znoclub.com/pidgotovka-do-zno/1206-ekranizatsiya-tvoru-katerina-t-g-shevchenka.html
3. /uk.wikipedia.org/https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0_(%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0)
4. /ZNOclub.com/ https://znoclub.com/pidgotovka-do-zno/1206-ekranizatsiya-tvoru-katerina-t-g-shevchenka.html
5. /Operahouse.od.ua/ https://operahouse.od.ua/press-releases/pres-reeliz-kateryna/

Терещенко А. В.,

студент IV курсу кафедри івент-менеджменту та соціальних комунікацій ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Гололобов С.М., кандидат наук з державного управління, доцент з наказу кафедри івентменеджменту та соціальних комунікацій ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

РЕГІОНАЛЬНЕ СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ПРОЄКТУВАННЯ У КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Сьогодні у контексті завершення вітчизняної реформи децентралізації змінюється актуальність напрямів здійснення державної політики у сфері культури, а саме актуалізується значення регіональної культурної політики. З урахуванням нових викликів що постали перед українською державою на передній план виходить проблема розробки нових механізмів регіональної культурної політики на всіх її рівнях, що потребує глибокого та всебічного аналізу її теоретико-методологічних підстав, уточнення її цільової установки, чіткого визначення об'єкта та суб'єкта, механізмів їхнього взаємозв'язку та взаємодії тощо.

Основна мета регіональної культурної політики полягає у стимулюванні процесів самоорганізації культурного життя, створення умов для оптимального саморозвитку культури шляхом найкращого використання економічних механізмів, культурного потенціалу, матеріальних та людських ресурсів конкретної території. Одним із інструментів здійснення регіональної культурної політики виступає регіональне соціокультурне проектування.

На регіональному рівні прослідковується органічний зв'язок соціокультурного проектування та культурної політики: соціокультурне проектування постає, як

зазначалося вище, інструментом реалізації культурної політики, складаючи її технологічний рівень та відображаючи специфіку соціокультурної ситуації у регіоні, формулює цілі культурного розвитку, враховує місцеві ресурси тощо; соціокультурне проектування та культурна політика мають спільні структурні елементи, такі як: культурні цілі, сукупність дій і процедур, що забезпечують їх досягнення та ресурси соціокультурного розвитку. У цьому випадку науково-обґрунтована культурна політика несе у собі проєктні засади, а соціокультурне проектування виконує функцію здійснення культурної політики.

Регіональному соціокультурному проектуванню передувало проектування соціокультурне, яке як явище утворилося на межі поєднання двох таких підсистем як: культура і соціум. Отож, утворене уявне соціокультурне поле проєкту виступає своєрідним засобом збереження, обробки і відтворення історії, соціальних явищ та культурних феноменів, згідно із соціальними, нормативно-правовими нормами і законами [1, с. 114]. Соціокультурне проектування – це специфічна технологія, яка передбачає конструктивну, творчу діяльність, що полягає в аналізі соціокультурних проблем, виявленні чинників їхнього виникнення, вироблення цілей та завдань і розробку шляхів та засобів досягнення заздалегідь поставлених цілей [2].

Соціокультурне проектування виступає осмисленим, цілісним процесом відображення явищ, ситуацій і подій, що виникає в безпосередній соціокультурній діяльності. Сенс регіонального соціокультурного проектування полягає в органічному поєднанні управлінських та культурних аспектів діяльності управління, набір управлінських інструментів має співвідноситися із конкретним культурним матеріалом та типом регіональної чи місцевої ситуації.

Під час регіонального соціокультурного проектування доцільно використовувати культурологічний підхід – сукупність методологічних прийомів, що забезпечують аналіз будь-якої сфери соціального та психологічного життя через призму системоутворюючих культурологічних понять, таких як культура, найкращі зразки культури, норми та цінності, уклад та спосіб життя, культурна діяльність та інтереси. Загальна культурологія отримує можливість значно розширити межі конкретного застосування своїх уявлень, привносячи їх у соціокультурний простір. Культурологія створює основу для зміни підходу до соціокультурного простору як лінійного простору трансляції соціальних норм і цінностей.

Регіональне соціокультурне проектування у певній мірі відповідає за регіональний культурний розвиток, адже воно, наприклад, підвищує ефективність діяльності різних регіональних соціокультурних установ, закладів та організацій, оскільки, по-перше, у нових умовах у цілій низці випадків не можна оперувати старими організаційними формами, які не задовольняють вимоги сучасних суспільних відносин, зокрема ринкових, та створюють небезпеку деформації самих завдань управління; по-друге, створення структури має спиратися не лише на досвід, аналогію, звичні схеми та інтуїцію, а й на наукові методи соціокультурного проектування; по-третє, соціокультурне проектування – складний механізм управління, який має покладатися на відповідним чином підготовлених спеціалістів,

фахівців, які володіють методологією формування організаційних соціокультурних систем.

Сьогодні на працівників сфери культури покладається реалізація одного із важливих завдань сучасної культурної політики, яке полягає у співвіднесенні регіональних культурних процесів зі світовим культурним контекстом, а тому проектування, керівництво місцевими культурними подіями необхідно співвідносити із міжнародним рівнем проблем і викликів та поєднувати концепції організації і керівництва культурними процесами зі світовими стратегіями та програмами [3, с. 29]. У даному напрямі доцільно було б спрямувати свою роботу Миколаївському обласному центру народної творчості та культурно-освітньої роботи (Центр), який виступає зокрема і одним із головних організаторів створення єдиного культурно-інформаційного простору Миколаївської області. При означеному закладі доречним було б створити відділ/сектор інноваційних культурних проєктів та міжнародного співробітництва, основними завданнями якого б були такі чотири:

1) моніторинг і вивчення загальноукраїнського та міжнародного досвіду впровадження інноваційних технологій у галузі культури та міжнародного культурного співробітництва, розробка пропозицій щодо його використання у Центрі та у закладах клубного типу на території Миколаївської області;

2) організація діяльності з розробки інноваційних проєктів у галузі культури в Миколаївській області;

3) розробка проєктів міжнародного культурного співробітництва для Центру та мережі закладів клубного типу області;

4) налагодження зав'язків з міжнародними та іноземними культурними установами, інституціями та національними товариствами Миколаївщини з метою реалізації спільних соціокультурних проєктів Центру на території Миколаївської області.

Реалізація запропонованої пропозиції сприятиме виконання одного із надважливих завдань регіональної культурної політики, а саме адаптації вітчизняних самобутньо-регіональних соціокультурних практик до європейських.

З огляду на вищевикладене, перспективними напрямками подальших теоретико-практичних наукових досліджень можуть бути такі як:

- пошук нового способу мислення під час вирішення проблем соціокультурного простору як філософсько-культурологічної проблеми;

- визначення впливу етносоціальних територіальних спільнот на організацію соціокультурного простору регіону.

Отже, водночас діяльність людини спрямована на пізнання навколишнього світу та на створення соціокультурного простору у межах певної території, і у той же самий час, людина формується цим же навколишнім природним та соціальним світом. Отож, людина є творцем і результатом регіонального соціокультурного простору. Ця обставина створює проблему співвідношення антропологічного та соціологічного підходів у пізнанні регіонального соціокультурного простору та проектування.

Список використаних джерел:

1. Хлистун О., Букацелі А. Управління соціокультурним проектуванням у середовищі національних меншин України. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності. 2018. № 1 (1). С. 110-123.

2. Рудь Я. Соціально-культурне проектування – інноваційна технологія ефективного управління культурними процесами. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : збірник наукових праць. Вип. 31 / М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв ; [редкол. В. Г. Чернець [та ін.]. Київ : Міленіум. 2013. С.161-167.

3. Головач Н. Пріоритетні напрями соціокультурного проектування в сучасному українському суспільстві. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2017. № 39. С. 26-33.

Уліна А.П.,

студентка IV курсу кафедри дизайну ВП «Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу Київського університету культури»;
Науковий керівник: Одробінський Ю.В.,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри дизайну
ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ОДЯГУ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ

На сьогоднішній день існує багато різноманітних брендів одягу з різних куточків світу. Купуючи речі, які стали до вподоби, навіть не замислюємось звідки її походження та хто створив. Українські фешн-дизайнери вже неодноразово демонстрували витвори сучасного мистецтва з дизайну одягу на міжнародних виставках у країнах Європи, Азії та Штатах.

При створенні логотипу, саме для українських брендів з виготовлення етнічного одягу, використовували усі можливі елементи, які вказують й асоціюються з рідними та впізнаваними образами. Зображенням можуть виступати стародавні знаки і символи, використані у вишиванках, візерунки, символи виробів, які стосуються справи тощо.

Фірмовий стиль для компанії надзвичайно необхідна річ, за якою бренд буде впізнаваним серед клієнтів та покупців товару. Корпоративний стиль компанії – це те, з чим асоціюється бренд та його елементи. Сюди входять: логотип, колірна гама, підбір шрифтів, веб-дизайн магазинів та сторінок у соціальних мережах.